

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

Leonardo Feltrin Foletto

O BLOG JORNALÍSTICO:
DEFINIÇÃO E CARACTERÍSTICAS NA BLOGOSFERA
BRASILEIRA.

Florianópolis, agosto de 2009

LEONARDO FELTRIN FOLETTO

**O BLOG JORNALÍSTICO:
DEFINIÇÃO E CARACTERÍSTICAS NA BLOGOSFERA
BRASILEIRA**

Dissertação apresentada
ao Programa de Pós-
Graduação em
Jornalismo da
Universidade Federal de
Santa Catarina (UFSC)
como requisito parcial
para obtenção do grau de
Mestre em Jornalismo.

**Orientador: Prof. Dr.
Elias Machado**

Florianópolis, agosto de 2009

LEONARDO FELTRIN FOLETTO

**O BLOG JORNALÍSTICO:
DEFINIÇÃO E CARACTERÍSTICAS NA BLOGOSFERA
BRASILEIRA**

Dissertação aprovada como requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, pela seguinte banca examinadora:

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Elias Machado (UFSC)
(Presidente/Orientador)

Prof. Dr. Rogério Christofoletti (UFSC)

Prof. Dra. Claudia Quadros (Univ. Tuiuti do Paraná)

Prof. Dr. Francisco Karam (UFSC)
(Suplente)

Florianópolis, 28 de agosto de 2009

AGRADECIMENTOS

À minha família, por uma porção de coisas.

À Ju, pelo amor.

(*“A las cosas que son feas pones un poco de amor y verás que la tristeza va cambiando de color”*).

À UFSC, por presentear seus alunos com excelentes condições de estudo, especialmente em seus laboratórios de informática e em suas saudáveis cantinas.

Ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e seus professores, que ofereceram um espaço estimulante para o debate de ideias, ainda (bem) que minado de peleias das grossas.

À CAPES, por me proporcionar dedicação exclusiva à este trabalho.

Ao professor Elias Machado, pela dedicação, profissionalismo e extremo rigor na orientação, e por provavelmente ter disponibilizado a melhor bibliografia possível para a realização da dissertação (se o trabalho final não ficou à sua altura, a culpa é toda minha).

Aos integrantes do Lapjor, pelas pertinentes discussões realizadas durante estes dois anos de reuniões mensais, e aos colegas do Mestrado, por dividir o fardo tantas vezes lembrado durante estes dois anos de serem os primeiros “mestres” em jornalismo do Brasil. Especialmente ao Ben-Hur e à Vivian, por compartilhar das angústias opressoras da academia.

Ao Anderson e o Taschetto, pelas madrugadas de companhia em frente ao(s) computador(es), pelas ocasionais hospedagens e ajuda nas normatizações e traduções.

Aos Almôndegas, John Lennon, Sui Generis, Kinks, Cannonball Adderley, Little Joy e Sá, Rodrix & Guarabyra por fazerem a Trilha Sonora destes árdios tempos insulares, e Juan Carlos Onetti e J.D. Salinger por compartilharem, à cabeceira da cama, de suas irônicas e sadias melancolias.

Tudo corre tão depressa se você tropeça não vai levantar”
Alceu Valença, “Vou Danado pra Catende” (1972)

RESUMO

Nesta dissertação buscou-se definir e caracterizar o *blog* jornalístico a partir das especificidades dos seus processos de apuração, produção e circulação das informações. Partiu-se de alguns pressupostos teóricos já definidos nos dez anos de existência do objeto *weblog* para realizar uma análise empírica de oito *blogs* jornalísticos brasileiros, usando como metodologia a do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL) da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), que combina a elaboração conceitual com estudos de caso dentro de publicações jornalísticas. Inicialmente, a dissertação aborda a questão do surgimento do *weblog* e da sua incorporação ao Jornalismo para, a seguir, tratar das etapas de produção do *blog* jornalístico – apuração, edição, redação e circulação. E, em cada uma delas, são definidos tipos para identificar as características dos *blogs* jornalísticos encontrados na análise empírica.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo – Weblogs – Produtos Jornalísticos – Blogosfera Brasileira

ABSTRACT

This dissertation sought to define and characterize the *blog* journalistic from the particularities of their processes of investigation, production and circulation of information. It was based on some theoretical assumptions already defined in the ten years of the *weblog* object to perform an empirical analysis of eight Brazilian journalistic blogs, using as methodology that developed and implemented by the Group for Research on Online Journalism (GJOL) Faculty of Communication of the Federal University of Bahia (UFBA), that combines the conceptual elaboration with cases studies in journalistic publications. Initially, the dissertation deals with the emergence of weblog and its incorporation to the journalism, then deal with the stages of production of the journalistic *blog* - investigation, editing, writing and circulation. And in each stage, types are defined to identify the characteristics of journalistic *blogs* found on the empirical analysis.

KEYWORDS: Weblogs – Digital Journalism – Grassroots Journalism – Journalism Products - Brazilian Blogosphere

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração I – <i>Tiago Doria Weblog</i>	23
Ilustração II – <i>Blog do Gjol</i>	24
Ilustração III - <i>PE Body County</i>	25
Ilustração IV – <i>Notas Musicais</i>	26
Ilustração V – <i>Blog do Noblat</i>	27
Ilustração VI – <i>Mundo Livro</i>	28
Ilustração VII – <i>RS Urgente</i>	29
Ilustração VIII – <i>Blog do Juca</i>	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Conceitos de weblog	36
--------------------------------------	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1.1.Objetivos e hipóteses.....	14
1.2.O problema	16
1.3.Metodologia	16
1.3.1.Procedimentos Metodológicos	18
1.4. Casos Estudados	21
1.4.1. Tiago Doria Weblog	23
1.4.2. Blog Do Gjol	24
1.4.3. PE Body County	25
1.4.4. Notas Musicais	26
1.4.5. Blog Do Noblat	27
1.4.6. Mundo Livro	28
1.4.7. Rs Urgente	29
1.4.8. Blog do Juca	30
1.5. Estrutura da Dissertação	31
1. CAPÍTULO UM: DO BLOG AO BLOG JORNALÍSTICO	32
1.1. Weblog: Histórico e uma definição	32
1.2. O Jornalismo descobre os <i>blogs</i>	40
1.3. O Jornalismo adota os <i>blogs</i>	47
1.4. O Jornalismo analisa os <i>blogs</i>	50
1.5. O Jornalismo incorpora os <i>blogs</i> : o blog jornalístico	54
2.CAPÍTULO DOIS: APURAÇÃO NOS BLOGS JORNALÍSTICOS.....	57
2.1. O processo de apuração nos <i>blogs</i> jornalísticos	57
2.2. Apuração “tradicional”	60
2.3. Apuração “complementar”	67
2.4. Apuração “transparente”	70
3. CAPÍTULO TRÊS: EDIÇÃO E REDAÇÃO NOS BLOGS JORNALÍSTICOS	78
3.1. Edição no <i>blog</i> jornalístico	80

3.2. O texto no <i>blog</i> jornalístico	85
3.2.1. Blog jornalístico “coluna”	88
3.2.2 Blog jornalístico “portal”	93
3.2.3 Blog jornalístico “híbrido”	96
4. CAPÍTULO QUATRO: CIRCULAÇÃO NOS BLOGS JORNALÍSTICOS	102
4.1. <i>Modus operandi</i> e circulação na blogosfera	105
4.2. Modelos de circulação nos blogs jornalísticos	110
4.3. Weblogs jornalísticos com <i>sistemas de circulação dinâmicos complexos</i>	113
4.4. Weblogs jornalísticos com <i>sistemas de circulação dinâmicos simples</i>	118
5. CONCLUSÕES: DO WEBLOG (JORNALÍSTICO) PARA O JORNALISMO	123
5.1. Prevendo cenários futuros e aspectos a serem aprofundados	132
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139
7. APÊNDICES	156
7.1. Apêndice I	156
7.2. Apêndice II	161
7.3. Apêndice III	167
7.4. Apêndice IV	171
7.5. Apêndice V	176
7.6. Apêndice VI	181
7.7. Apêndice VII	183
7.8. Apêndice VIII	188

INTRODUÇÃO

Desde o começo dos anos 90, o jornalismo vem passando por uma série de transformações tão profundamente estruturais – boa parte delas provocadas pela liberação do pólo emissor que as redes telemáticas estão possibilitando - que para alguns pesquisadores como Martinez Albertos (1997), Levy (1999) e Hartley (2000, 2008) esta prática profissional tem pouco futuro e dificilmente resistiria até o fim da próxima década. Como diz André Lemos (2009, p. 8), “agora, todos podem (com recursos mínimos) produzir e circular informação sem pedir autorização ou o aval a quem quer que seja (barões das indústrias culturais, intelligentsia, governos...)” (LE MOS, 2009, p. 8). Os que proclamam o fim do jornalismo para a próxima semana – no caso brasileiro ainda mais motivados pela recente decisão da suspensão da obrigatoriedade do diploma em Jornalismo para exercer legalmente a profissão no país¹ - se perguntam: se agora qualquer um pode publicar o que (aparentemente) quiser, informar sobre o que está passando em seu quintal (e nos quintais mais próximos) sem intermediários, então para que pode ainda servir o jornalismo?

Desenvolvido como instituição social ainda no século XVII, o Jornalismo moderno, que é aquele que hoje (ainda) identificamos diariamente em todo o planeta, parece negar-se a desaparecer de modo tão fácil e rápido quanto sustentado por pesquisadores como Martinez Albertos, Levy ou Hartley, entre muitos outros. Nesta dissertação, parte-se do pressuposto que o Jornalismo, como prática institucionalizada definida desde a primeira tese na área (PEUCER, 1691) e fundamentada conceitualmente por Otto Groth², na primeira metade do século XX, vai

¹ No dia 17 de junho de 2009, os ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) decidiram pela dispensa da obrigatoriedade do diploma de um curso superior em Jornalismo para exercer a profissão de jornalista. A decisão foi motivada por um recurso extraordinário interposto pelo Sertesp (Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão no Estado de São Paulo) e pelo Ministério Público Federal. Este recurso contestava um acórdão do Tribunal Regional Federal da 3ª Região, que afirmou a necessidade do diploma, contrariando uma decisão da primeira instância em uma ação civil pública. O Ministério Público Federal sustentou que o decreto-lei 972/69, que estabelece as regras para exercício da profissão de jornalista, incluindo a obrigatoriedade do diploma, não é compatível com a Constituição de 1988. Cabe salientar que a suprema corte apenas vetou a obrigatoriedade do diploma, mas ainda se faz necessário ter registro para atuar na área. O voto do ministro Gilmar Mendes, relator do processo, pode ser acessado na íntegra em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u582522.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2009

² A obra de Groth a que se refere aqui é aquela apresentada em espanhol por FAUS BELAU (1966) e em português por BERGER & MAROCCO (2006). Outra reflexão sobre o tema, mais organizada, encontra-se em *Die unerkannte culturmacht. Grudlegung der*

para além das tecnologias digitais; em vez de desaparecer devido as potencialidades oferecidas pelas novas ferramentas e meios desenvolvidos, o jornalismo se transforma, como demonstrado em vários estudos (FIDLER, 1997; MACHADO, 2000; PAVLIK, 2001; QUINN, 2002; GUNTER, 2003). Se vai se transformar a ponto de não parecer em nada ao que hoje se identifica como jornalismo é uma questão ainda em aberto. O que se pode dizer é que transformações estão ocorrendo, e até aqui o jornalismo no ciberespaço tem tido a possibilidade de reafirmar o seu intuito de ser uma forma de conhecimento baseado na apreensão das singularidades que ocorrem na realidade objetiva (PARK, 1972; GENRO FILHO, 1989; MEDITSCH, 1992; MACHADO, 2000; ALSINA, 2005).

Dentre as muitas transformações pelas quais o jornalismo está passando a partir da liberação do polo emissor, uma das consequências da disseminação social das redes telemáticas, o advento dos *blogs*³ talvez seja uma daquelas que tenham começado mais silenciosamente. Quando surgiu para além dos “especialistas” da internet, como diz Granieri (2005, p. 79), o blog foi retratado a partir do seu principal uso na época (ou aquele uso mais visível): o diário pessoal. Como um diário pessoal, o *blog* nada tinha que ver com jornalismo, e, portanto, qualquer afirmação que unisse ambos numa mesma frase estaria, ao olhar da maioria, cometendo um grave equívoco conceitual.

Mas no avançar da década de 1990 a internet e o uso do *blog* se popularizaram. No caso do *blog*, o que era inicialmente apenas um diário íntimo passou a ser, principalmente a partir do desenvolvimento das primeiras ferramentas de publicação gratuitas em 1999, tantas coisas quanto às plataformas de publicação do *blog* permitiam aos seus utilizadores. O *blog* então se tornou um suporte para diversos gêneros de discurso (ORIHUELA, 2006; PRIMO, 2008) - dentre os quais o

zeitungswissenschaft (O desconhecido poder da cultura: fundamentação da ciência jornalística), estudo em seis volumes que começou a ser publicada em 1960 e que ocupou o pesquisador alemão até sua morte, cinco anos depois. Infelizmente, esta obra não se encontra traduzida para nenhuma outra língua que não o alemão, o que dificulta o estudo em escala mundial da teoria jornalística de Groth.

³ Segundo o dicionário vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (VOLP), versão de 2009, lançado pela Academia Brasileira de Letras, a palavra “*blog*” ou “*weblog*” tem sua tradução para a língua portuguesa em “*blogue*”, (VOLP, ABL, 2009, p.123), um termo que, no Brasil, ainda não é tão usado como o original “*blog*”. Para não causar um estranhamento com o termo, preferiu-se aqui o uso de *blog* ao invés de *blogue*. Como *blog* é uma palavra estrangeira, aqui ela vai aparecer em itálico, procedimento comum na identificação de palavras em outras línguas.

jornalístico ganhou destaque. Blogueiros sem conhecimento da profissão de jornalista passaram a reportar aquilo que passava ao seu redor, tal qual um profissional; e jornalistas passaram a cobrir eventos e assuntos específicos de modo muito mais pessoal, tal qual um blogueiro. Enquanto as duas funções começavam a se aproximar e se digladiar sobre as vantagens e desvantagens de uma em relação à outra, os veículos jornalísticos, temerosos e ao mesmo tempo esperançosos com as possibilidades do novo meio, resolveram adotar os *blogs*, dando o empurrão necessário para o produto que autores como Wall (2004), Orihuela (2006), Robinson (2006) López & Otero López (2007), Domingo & Heinonen (2008) definem como um novo gênero dentro do ciberjornalismo, ou que Escobar (2009) identifica como uma nova categoria de webjornalismo⁴: o blog jornalístico.

Já em outubro de 2004 os *blogs* somavam um total de aproximadamente 4 milhões de unidades em todo o planeta, número que até 2007 chegaria aos 112 milhões, estabelecendo estatísticas assombrosas como a de um *blog* criado a cada segundo ou a duplicação do número total de *blogs* no planeta a cada 5,5 meses⁵. O *blog* se consolidava como um novo meio que estabelecia como característica a personalização; qual seja o conteúdo veiculado, correspondia à *persona* do autor que o publicava. Frequentemente, a forma com que se dava a publicação desse conteúdo era mais transparente do que a praticada em outros locais (GILLMOR, 2004; FRIEND & SINGER, 2007); ali estava a opinião ou a informação do autor sem linha editorial prévia, e com indicação da origem das informações publicadas (através dos links), o que estabelecia um grande potencial de conversação e retroalimentação constante de informações.

A incorporação de vez dos *blogs* ao Jornalismo⁶ potencializou uma pequena transformação no jornalismo ocorrida, em âmbito maior, pela liberação do polo emissor da informação nas redes telemáticas. A transparência, uma das características centrais do *modus operandi* da

⁴ Entende-se aqui a separação necessária realizada por Mielniczuk (2003, p.44) que delimita ciberjornalismo como aquele que envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço e webjornalismo como aquele que diz respeito à uma parte específica da internet, a web”.

⁵ Dados do Techorati e do *State of Blogosphere* de 2004 a 2007, ambos disponíveis em: <<http://www.sifry.com/stateoftheliveweb/>> Acesso em: 10 abril 2009

⁶ Numa pesquisa realizada por Jay Rosen e alunos da *New York University* em 2006 deu conta de que 86% dos 100 maiores jornais americanos contam com blogs em suas versões on-line. Mais informações e dados coletados no endereço <http://journalism.nyu.edu/pubzone/blueplate/issue1/top100.html>. Acesso em: 12 maio 2008

blogosfera, passa a ser potencializada como um fator importantíssimo para o Jornalismo, na medida em que, como diz Lasica (1998, on-line), no emaranhado quase infinito de informação que a web disponibiliza, tão importante quanto saber do que se trata a informação é, também, saber qual a origem desta mesma informação.

O recente surgimento do *blog* jornalístico também traz, por outro lado, apropriações do meio que limitam sua capacidade conversacional coletiva. Há aquelas situações em que o *blog* torna-se uma mera transposição de uma coluna já existente no jornalismo impresso, raramente (ou nunca) usando de links para além do portal à qual normalmente está hospedado (PALACIOS, 2006b), ou também casos onde a estrutura gigantesca que o *blog* adquire o faz perder em personalização, tornando-se, tal qual um portal jornalístico, um “meio de massa da internet” (BARBOSA, 2003). Ambas situações são decorrências claras do período de transição que hoje se vivencia, onde a falta de conhecimento das potencialidades de um novo meio – ou da falta de interesse em conhecê-las – determina o seu uso próximo àqueles formatos que mais se parecem com a nova ferramenta. Este trabalho se apresenta como uma tentativa de entender esse período de transição, definindo características e identificando padrões no que diz respeito à recente incorporação do *blog* ao jornalismo.

1.1. Objetivos e hipóteses

Objetivo principal

Definir e caracterizar o *weblog* jornalístico a partir da análise das especificidades de seus processos de apuração, produção e circulação da informação jornalística.

Objetivos derivados

- _ Elaborar um conceito para o *blog* jornalístico e identificar tipos específicos a partir das características da apuração, redação, edição e circulação dos *blogs* jornalísticos.
- _ Compreender como se dá a apuração da informação nos *weblogs* jornalísticos e identificar modos de apurar encontrados nos oito casos analisados.

- _ Analisar a redação e a edição nos *blogs* jornalísticos e estabelecer diferenças a partir da análise dos oito casos.
- _ Averiguar as características da circulação nos *blogs* jornalísticos e o funcionamento dos mecanismos de circulação na rede e de como eles se relacionam com a construção de credibilidade do *blog*.

Hipóteses

- _ O jornalismo produzido em *blogs* apresenta especificidades em três etapas – apuração, produção e circulação - das quatro que caracterizam, de maneira esquemática, o fenômeno Jornalismo (MACHADO & PALACIOS, 2007) que determinam a constituição de uma nova categoria de webjornalismo (ESCOBAR, 2009);
- _ A apuração das informações nos *blogs* jornalísticos tende a ser mais transparente do que em outros meios. Desde o princípio da blogosfera, criou-se o hábito de, sempre que possível, colocar o link para ligação direta para com as fontes consultadas, para que outras pessoas possam também obter aquela mesma informação. Este *modus operandi* generoso (GRANIERI, 2005) da blogosfera, que inclusive é um dos pontos centrais desde o primeiro código de ética dos blogueiros (BLOOD, 2002 a), alia-se ao costume - também considerado norma deste mesmo código - de corrigir e revelar o erro para tornar o processo de investigação no jornalismo mais transparente.
- _ Os padrões redacionais no *blog* jornalístico variam conforme o estilo do autor do *blog* e são mais livres em relação a outras categorias de webjornalismo, num estilo “pós-moderno” de redação (ROBINSON, 2006).
- _ A edição no *blog* jornalístico apresenta como especificidade principal a diferença na hierarquização das postagens em relação a outros meios jornalísticos (ESCOBAR, 2009).
- _ A circulação do *weblog* jornalístico é dada por diversas ferramentas que agem simultaneamente no ciberespaço, que tornam o sistema que rege a circulação deles um sistema dinâmico (MACHADO, 2006), que se vale de mais canais do que no jornalismo tradicional para chegar aos seus usuários.

1.2. O problema

A partir do entendimento do *blog* jornalístico como uma categoria de webjornalismo (ESCOBAR, 2009), ou como um novo gênero do ciberjornalismo (WALL, 2004; ORIHUELA, 2006; ROBINSON, 2006; LÓPEZ & OTERO LÓPEZ, 2007), o problema que norteia esta pesquisa é: “*O que define e caracteriza o weblog jornalístico em relação às etapas de apuração, redação, edição e circulação?*”. O objetivo desta dissertação é definir conceitualmente o *blog* jornalístico através de suas características específicas no que diz respeito aos processos de apuração, produção e circulação da informação jornalística.

1.3. Metodologia

Talvez por ser um fenômeno bastante recente, alguns dos primeiros trabalhos produzidos sobre *blogs* que tinham algum viés jornalístico (BLOOD 2000, 2002a, BAUSCH, HAUGHEY, HOURIHAN 2002, HILER 2002, 2003, LASICA 2002, 2003) são mais ensaios introdutórios das potencialidades do novo formato do que propriamente trabalhos científicos. Mesmo trabalhos mais recentes (DESAVOYE, DUCAMP, MAZENOD, MOISANT 2005; HALL 2006) continuam nessa linha de “apresentação” da *ferramenta blog* e suas implicações na comunicação contemporânea.

Há de se realçar que neste tempo também trabalhos com metodologias consistentes foram produzidos. Nas pesquisas que tratam direta ou indiretamente da relação jornalismo e *blogs*, observa-se que o Estudo de Caso é a metodologia mais utilizada, seja combinada com procedimentos metodológicos vindos de outras áreas como a economia (WALL 2004), com questões - como identidade - relacionadas aos estudos culturais (HOLLBROOK 2007), com a análise discursiva da escola francesa (ARAÚJO 2006), com a epistemologia do jornalismo (QUADROS e SPONHOLZ, 2005), ou com a aplicação do estudo de caso propriamente dito (BARBOSA 2005; QUADROS, ROSA, VIEIRA 2005, CRISTOFOLETTI, LAUX 2006; ESCOBAR, 2009).

Há ainda outros exemplos de metodologias utilizadas em pesquisas que tratam da relação entre *blogs* e jornalismo: Silva (2003a) faz uma pesquisa exploratória, descritiva, documental, com abordagem

qualitativa; Lowrey (2006) aborda o assunto sob um viés da sociologia das profissões, Matheson (2004), trata de questões filosóficas envolvendo a epistemologia do Jornalismo; e Salaverría (2008) aplica a análise de conteúdo para analisar aspectos redacionais em dez *blogs* jornalísticos espanhóis. Outra quantidade considerável de trabalhos produzidos acerca da temática *weblogs* e jornalismo são relatos sobre o histórico dos *weblogs* até hoje que, também, acabam por tratar do fato destes serem ou não jornalismo (BLOOD 2000, 2002; LASICA, 2002; MATTOSO, 2002; REGAN, 2003; LARA, 2004; ORIHUELA, 2004; LARRONDO URETA, 2005; ROSEN, 2005, 2007).

Partindo deste ponto da pesquisa em *weblogs*, e da constatação de que o Estudo de Caso até aqui tem trazido resultados satisfatórios para a área do jornalismo, adotou-se neste trabalho o uso de uma metodologia de pesquisa híbrida: a que é aplicada pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL) da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), referência nacional e internacional em pesquisa em jornalismo digital. A metodologia desenvolvida pelo grupo é centrada na discussão conceitual das novas práticas jornalísticas advindas do jornalismo digital e complementada por estudos de caso dentro das redações de organizações jornalísticas previamente selecionadas (MACHADO & PALACIOS, 2007).

O Estudo de Caso utilizado nesta dissertação está fundamentado no estudo de caso como ilustração, que funciona como uma etapa de um processo de combinação de metodologias que objetiva a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do objeto (MACHADO & PALACIOS, 2007). Como salientado pelos dois pesquisadores, “um estudo de caso fundamenta, pois, argumentações na discussão de hipóteses de trabalhos sobre indícios de uma realidade muito mais ampla, possibilitando identificar conceitos e variáveis que podem ser estudados quantitativamente” (MACHADO & PALACIOS, 2007, p.206).

A escolha da metodologia de trabalho do GJOL também se deu por este projeto estar associado a um grupo de pesquisa coordenado pelo professor Elias Machado, o Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital (LAPJOR), orientador deste trabalho.

1.3.1. Procedimentos metodológicos

O estudo a que este trabalho se propõe começou com a pesquisa bibliográfica dos tópicos aqui abordados, principalmente *weblogs* e a relação *weblogs* e jornalismo. Essa etapa teve sequência no decorrer do segundo semestre do Mestrado em Jornalismo, 1º semestre de 2008, e continuou até o fim da dissertação - como diz Stumpf (2008), “a revisão da literatura é uma atividade contínua e constante em todo o trabalho acadêmico e de pesquisa” (STUMPF, 2008, p. 45). A forma escolhida para organizar estas leituras, e torná-las de acesso mais rápido quando da redação da dissertação, foi o fichamento. O tipo de ficha adotada foi o sugerido por Eco (2006), que define que a ficha é “aquela em que você anota com exatidão todas as referências bibliográficas concernentes à um livro ou artigo, explora-lhe o conteúdo, tira dele citações-chave, forma um juízo e faz observações” (ECO, 2006, p. 96).

Na metodologia adotada nesta dissertação (MACHADO & PALACIOS, 2007), o procedimento que se seguiu à revisão bibliográfica foi a análise inicial dos *blogs* jornalísticos relacionados ao objeto de estudo. Esta análise, realizada durante o 1º semestre de 2008, consistiu de uma primeira observação de diversos *blogs* jornalísticos existentes na blogosfera brasileira e da apreciação das características comuns encontradas neles. A partir da definição do conceito de *blog* jornalístico, apresentado ao final do primeiro capítulo desta dissertação, procurou-se observar o maior número possível de *blogs*, desde aqueles que eram vinculados a organizações jornalísticas até os que atuavam de forma independente, normalmente mais difíceis de serem localizados devido ao menor número de acessos e enlaces de outros sítios da web.

As características em comum encontradas nestes *blogs* analisados foram agrupadas e transformadas em variáveis de uma primeira tipologia de *blogs* jornalísticos. Esta tipologia determinava oito tipos de *blogs* jornalísticos a partir das variáveis hospedagem, autoria e conteúdo⁷, e foi elaborada no fim do 1º semestre de 2008, com o auxílio dos conteúdos aprendidos nas disciplinas do Mestrado, particularmente na disciplina de Análises de Produtos Jornalísticos, em que foram estudados os gêneros e formatos jornalísticos e a definição de tipologias

⁷ Os tipos de blogs identificados foram os seguintes: *Blog jornalístico de conteúdo específico* e *blog jornalístico de conteúdo amplo*, quanto à variável hospedagem; *Blog jornalístico individual* e *Blog jornalístico coletivo*, quanto à autoria; e *Blog Jornalístico Independente*, *Blog jornalístico de jornal*, *Blog jornalístico de portal* e *Blog jornalístico de software*, quanto à hospedagem.

(CHARAUDEUAU, 2006). O passo seguinte foi voltar aos *blogs* jornalísticos e escolher, dentre os inúmeros conhecidos, aqueles que melhor se encaixassem como casos paradigmáticos de cada um dos tipos definidos a partir das variáveis observadas. Neste ponto, a seleção dos objetos de estudo valeu-se de alguns critérios que Machado & Palacios (2007) apontam - como originalidade, representatividade e diversidade - para que a amostra a ser analisada conseguisse abranger objetos suficientes para que daí se pudessem conseguir algumas generalizações, importantes para a etapa teórica seguinte da pesquisa.

Após a escolha dos oito *blogs* jornalísticos a serem estudados, fez-se uma primeira análise exploratória e descritiva mais aprofundada de cada um dos *blogs*. Primeiramente, esta etapa consistiu em uma observação sistemática dos casos durante a semana de 8 a 14 de junho de 2008, três horas por dia, que objetivou entender o funcionamento de cada blog, desde sua periodicidade de atualização até os conteúdos mais abordados em cada postagem. Após, fez-se uma descrição da estrutura visual do *blog*, bem como um levantamento sobre o histórico de cada jornalista, ou grupo de jornalistas, responsáveis pela edição do objeto.

A partir desta primeira análise dos objetos, e com base nas questões teóricas estudadas até então, partiu-se para a etapa posterior do método do GJOL: a formulação da(s) hipótese(s) de trabalho, que guia (m) os procedimentos a serem tomados no estudo dos *blogs* jornalísticos. É de grande importância esta etapa da pesquisa, pois, como salientam Machado & Palacios, “a originalidade das hipóteses como que antecipa a originalidade dos futuros resultados porque aponta os aspectos indicados como relevantes na análise preliminar que serão analisados sistematicamente”. (MACHADO & PALACIOS, 2007, p. 203).

A próxima etapa foi a dos procedimentos adotados nos estudos dos casos observados. Neste trabalho não foi realizada pesquisa de campo; a observação dos objetos foi feita à distância. Como complemento indispensável a esta observação sistemática, primeiramente foram enviados questionários, compostos cada um de 29 perguntas. O modelo do questionário está no primeiro apêndice desta dissertação.

A seguir, foram realizadas entrevistas com os blogueiros responsáveis por cada um dos oito blogs. As entrevistas foram do tipo semi-abertas (DUARTE, 2008, p.65), partindo de um roteiro base. Duarte (2008) indica que o número de questões deste tipo de entrevista

ficam entre quatro e sete, tratadas individualmente como perguntas abertas; “Cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas” (DUARTE, 2008, p.66). A lista de questões foi adaptada e alterada no decorrer das entrevistas; uma pergunta se dividiu em outras duas, três, e outras duas perguntas foram condensadas em uma só. Estas modificações foram feitas de acordo com o andamento das entrevistas realizadas.

As entrevistas com os editores dos *blogs* foram realizadas de três formas: via web, através do *MSN Messenger* e do *Gtalk*, via telefone e pessoalmente, no caso específico do *Blog do Gjol*. As questões bases foram as mesmas para todos os entrevistados, e as entrevistas estão disponíveis no apêndice deste trabalho⁸.

Seguiu-se a este processo a sistematização ou análise dos dados e informações obtidas nas entrevistas e na observação à distância. Esta etapa se realiza, segundo Alves-Mazzotti & Gewandzsnajder (2004), “através de um processo continuado em que se procura identificar dimensões, categorias, tendências, padrões, relações, desvendando-lhes o significado”. (ALVES-MAZZOTTI & GEWANDZSNAJDER, 2004, p. 170). Os padrões que foram utilizados neste trabalho inicialmente partiram das variáveis organizadas na tipologia produzida em 2008, hospedagem, autoria e conteúdo. Depois, constatou-se que outras variáveis se faziam mais importantes para a definição de tipos de *blogs* jornalísticos, e são estas que serão apresentadas, discutidas e definidas nos quatro capítulos desta dissertação.

Após, chegou-se a etapa que Machado & Palacios (2007) relacionam como a mais nobre da pesquisa: a definição das categorias de análise e a elaboração dos conceitos e tipos que vão dar conta das particularidades dos objetos. No caso específico deste trabalho, em cada capítulo foram identificados e definidos tipos teóricos de *blogs* jornalísticos a partir das suas especificidades nos aspectos da apuração, redação e circulação das informações. Desta forma, buscou-se

⁸ A entrevista realizada com Ricardo Noblat, do *Blog do Noblat*, foi feita por telefone, em duas etapas. Na primeira, o jornalista respondeu ao questionário, e na segunda foi realizada a entrevista propriamente dita. Nesta segunda ocasião, houve problema para a gravação da entrevista, de modo que ela não pode ser disponibilizada para este trabalho. Por conta disso, as falas de Noblat foram reproduzidas a partir de uma entrevista do jornalista para o *Observatório da Imprensa* em 2006, concedida à jornalista Larissa Moraes, a fim de que o leitor pudesse ter acesso à toda citação utilizada para este trabalho.

caracterizar os desafios, questões e mudanças que os *blogs* estão trazendo para o campo das teorias do Jornalismo.

Por fim, cabe ressaltar que este trabalho está inserido no que Machado & Palacios (2007) chamam de “Produção conjunta como metodologia”. Hoje, como salientado pelos dois pesquisadores, “a produção de conhecimento torna-se, cada vez mais, uma atividade profissional e altamente especializada, exigindo que a tarefa de pesquisa seja desenvolvida por equipes de pesquisadores” (MACHADO & PALACIOS, 2007, p. 208). Isso significa que o grupo de pesquisa no qual o autor deste projeto está integrado, LAPJOR, e as redes de cooperação⁹ mantidas por este grupo foram importantes na produção e discussão dos temas desta dissertação. As reuniões mensais do LAPJOR - em que cada pesquisador iniciante apresenta, em forma de rodízio, um livro de referência na área - e as bimensais da Rede Brasil-Espanha, que funciona da mesma maneira, foram laboratório para a discussão de ideias durante o período de realização desta dissertação. Houve, ainda, a possibilidade de contato com pesquisadores renomados de outros países através de cursos intensivos de tópicos referentes ao jornalismo digital. Um destes cursos, realizado no final do primeiro semestre passado, contou com a participação do professor espanhol Xosé López, referência internacional em pesquisa com *blogs*, que trouxe uma contribuição teórica importante na elaboração desta dissertação.

1.4. Casos estudados

Levou-se em consideração basicamente três critérios para a escolha dos objetos: 1) o *blog* ser escrito em português e estar inserido na blogosfera brasileira; 2) ter acesso livre ao seu arquivo; 3) haver espaço para comentários dos usuários; 4) Índice de autoridade do *Technorati* e do *BlogBlogs* acima de 50, quando o *blog* for inscrito nestes *sites*. As justificativas para escolha dos objetos foram as seguintes:

1) A escolha do *Blog do Noblat*, do *Tiago Dória Weblog* e do *Blog do Juca* se deu principalmente pelo alto índice de “Authority” no *Technorati* (624, 350 e 357, respectivamente, verificados no dia 9 de

⁹ No final de abril de 2009 foi feita uma viagem a Salvador por conta do PROCAD (Programa de Cooperação Acadêmica). Durante o período de três dias, teve-se contato com o grupo de Pesquisa em Jornalismo on-line (Gjol), da Universidade Federal da Bahia. Nesse período foi realizada também a entrevista com o professor Marcos Palacios, editor do *Blog do Gjol*.

fevereiro de 2009), pelo histórico dos jornalistas na blogosfera brasileira e a sua importância para os weblogs jornalísticos brasileiros.

2) O *Mundo Livro* foi escolhido principalmente pela questão de representatividade na blogosfera, seja ela do assunto específico (literatura), do jornal on-line sob o qual está inserido (Zerohora.com), da relação com determinada região (Sul) e estado (Rio Grande do Sul) do país.

3) No caso do *Blog do Gjol*, contou, além da questão do índice de “Authority” (140), a representatividade do grupo de pesquisa que o produz, Gjol, principal referência em pesquisas em jornalismo digital no país e, também, por representar uma importante parcela de *blogs* que tratam de discussões acerca do jornalismo.

4) *Notas Musicais*, *PE Body County* e *RS Urgente* são exemplos de três blogs jornalísticos que atuam de maneira independente, sem vinculação com algum jornal on-line ou portal temático, e que aqui estão no sentido de representar a pluralidade da blogosfera jornalística brasileira, tanto em suas temáticas (segurança pública, música, política e economia regional) quanto na relação intrínseca com alguma determinada região do país.

Durante todo o período de desenvolvimento da dissertação foi realizada uma observação informal dos *blogs* e um acompanhamento sistemático de todas as postagens dos oito *blogs* num período de três semanas: 9 a 15 de fevereiro de 2009, 2 a 8 de março de 2009 e 9 a 15 março de 2009. Atentou-se para o estilo de redação das postagens, a frequência de atualização, o uso de recursos multimídias, os links internos e externos, os tipos de fontes utilizadas em cada postagem e se houve referência à elas através de links, a conversação proporcionada pelos comentários das postagens, os mecanismos de circulação utilizados, os *widgets* usados em cada *blog*, dentre outros aspectos estruturais dos *blogs*.

Os *blogs* analisados estão descritos abaixo, juntamente com a primeira página de cada um.

1.4.1. *Tiago Dória Weblog*¹⁰



O *blog* do jornalista Tiago Dória foi criado de forma independente em 2003, hospedado no *Blogger*. Dois anos depois, migrou para o portal IG, onde até hoje permanece. Foi um dos primeiros casos brasileiros de *blogs* jornalísticos independentes a ser incorporado a um grande portal do país. Está localizado em um endereço próprio .com.br, embora esteja vinculado ao Portal IG.

O *blog* trata de notícias e comentários sobre cultura web, tecnologia e mídia, como bem diz sua apresentação abaixo do título do blog: “Doses diárias de cultura web, tecnologia e mídia”. É atualizado diariamente, como denota a apresentação do *blog*, com postagens curtas, informativas e com bastante uso de enlaces para diversos pontos na rede. Vídeos e *podcasts* são usados com frequência. É referência, na blogosfera brasileira, em informações de tecnologias web, *blogs*, redes sociais e mídias digitais.

¹⁰ O *blog* se localiza no endereço <http://www.tiagodoria.ig.com.br>

1.4.2. *Blog do GJol*¹¹



O *Blog do GJol* é mantido pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Foi criado em junho de 2006 como uma forma de fazer as informações e dicas postadas na lista de e-mails do grupo circularem mais, além de organizá-las melhor, segundo a apresentação feita na primeira postagem do líder do Gjol, Marcos Palacios. É um *blog* coletivo, onde vários integrantes do grupo postam sob o mesmo perfil criado no site *Blogger*. A assinatura de quem escreve o post está localizada ao fim de cada um.

Os temas tratados pela página são identificados na apresentação: jornalismo, internet e novas tecnologias. É um *blog* jornalístico feito por acadêmicos e pesquisadores de comunicação digital, sendo considerado uma das referências na blogosfera brasileira sobre os assuntos envolvendo a comunicação e o jornalismo digital. Costuma ter de duas a três postagens diárias, normalmente com notícias curtas, notas para páginas interessantes na web, comentários acerca de assuntos da temática do *blog*, divulgação de eventos da área, dentre outros assuntos.

¹¹ <http://gjol.blogspot.com>

1.4.3. *PE Body Count*¹²



PE Body Count é um *blog* coletivo criado por 4 jornalistas formados na Universidade Católica de Pernambuco (UCPE) em abril de 2007 com o objetivo de, segundo os seus editores no texto de apresentação do *blog*, ser um “ponto de confluência de análises, críticas, denúncias e sugestões para implementação de políticas de segurança pública”. Trata-se de um *blog* que foca sua cobertura nas questões de segurança pública no estado do Pernambuco. A idéia do nome surgiu de outras iniciativas, como o *Iraqe bodycount* e *Riobodycount*, que, literalmente, tem por objetivo contar diariamente o número de vítimas do crime em seus respectivos locais de criação. No caso do *PE Body Count*, no lado esquerdo do espaço destinado às postagens, há um contador de homicídios no estado de Pernambuco, iniciado em 1º de janeiro de 2008. Segundo o texto de apresentação do *blog*, “a necessidade de utilizar o nome em inglês num Estado culturalmente tão forte se impõe ao fato de que o *blog* une-se ao *Riobodycount* e *Iraqbodycount*, locais onde os mortos já começaram a ser contabilizados e divulgados diariamente na internet”.

É atualizado de uma a cinco vezes por semana, periodicidade que varia conforme a frequência com que ocorrem fatos na área de

¹² <http://www.pebodycount.com.br>

cobertura do *blog* e, também, com a disponibilidade dos jornalistas que editam o *blog*, todos eles trabalhando atualmente como jornalistas em outras empresas jornalísticas.

1.4.4. Notas Musicais¹³



O *blog Notas Musicais* foi criado em novembro de 2006 pelo jornalista Mauro Ferreira no sítio *Blogger*, onde até hoje permanece. Começou a ser publicado como um espaço para complementar a coluna semanal de Mauro Ferreira no Jornal carioca *O Dia*, que se tratava de um espaço que continha críticas, resenhas, informações sobre o meio musical nacional. A coluna permanece, agora publicando uma compilação dos posts mais interessantes da semana. Segundo a apresentação do *blog*, é um “Guia jornalístico do mercado fonográfico – em especial o brasileiro – com resenhas de discos, críticas de shows e notas sobre futuros lançamentos de CDs/DVDs”.

É atualizado diariamente, de domingo a domingo, como diz Mauro na apresentação, com uma média de postagens que varia de dois a quatro por dia. Não usa de muitos recursos multimídias como vídeos e gravações em áudio; concentra-se mais em notícias factuais sobre o

¹³ <http://blogdomauroferreira.blogspot.com>

mercado musical, críticas de shows assistidos e de produtos lançados na área.

1.4.5. *Blog do Noblat*¹⁴



O *Blog do jornalista Ricardo Noblat* foi criado em março de 2004 hospedado no servidor de *blogs* do sítio IG. Depois de um ano e oito meses de atividade no mesmo portal, o blog passa a ser hospedado no portal *Estadão.com*, do jornal *O Estado de S. Paulo*. Em janeiro de 2007, nova e definitiva mudança; o *Blog do Noblat* passa a ser hospedado no sítio do jornal on-line O Globo, do Rio de Janeiro, onde está até hoje vinculado.

O *blog* nasceu como uma coluna on-line de jornalismo político. Com as mudanças de portais onde era hospedado, passou a tratar de outros assuntos de interesse jornalístico, como economia, esportes, cultura e entretenimento, através de diversas seções diárias como “A música do dia”, “A Obra-Prima do dia”, dentre ainda artigos de diversos escritores, políticos e outros profissionais. Por conta disso, a atual estrutura do Noblat lembra a de um típico portal; é atualizado diversas vezes ao dia, conta também com seções fixas de entretenimento, como as supracitadas, além das postagens diárias sobre política nacional – o

¹⁴ <http://oglobo.globo.com/pais/noblat>

principal destaque da cobertura de Noblat – e de economia, política internacional, segurança pública, esportes e cultura, dentre outros temas.

1.4.6. Mundo Livro¹⁵



O *Blog Mundo Livro* surgiu em junho 2006 a partir de uma proposta do repórter de *Zero Hora* Carlos André Moreira, jornalista formado pela UFRGS, que era o editor de livros do Segundo Caderno do jornal. Inicialmente, ele hospedado no portal *Clic RBS*, pois o *Zero Hora* não contava com um setor on-line exclusivamente montado e sua publicação na web se dava através do *Clic RBS*.

A partir da criação do *Zerohora.com*, o jornal on-line de *Zero Hora*, em setembro de 2007, o blog foi naturalmente transferido para lá. Ainda hoje, porém, é listado em ambos portais, o que na prática significa, segundo Carlos André, que “quando há uma postagem que acho que vale chamada de capa, entro em contato com as duas editorias eletrônicas, a do *Online ZH* e a dos *Capistas* do *Clic RBS* (MOREIRA, 2009).

O *blog* é focado na cobertura de literatura - local, nacional e internacional. É editado por Carlos André Moreira, mas conta com a

¹⁵http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&source=DYNAMIC_blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=3948.dwt&tp=§ion=Blogs&blog=31&tipo=1&coldi=1&topo=3951.dwt

participação esporádica de mais quatro jornalistas do Segundo Caderno de *Zero Hora*. Tem frequência de postagem que varia entre uma e quatro por semana, sendo que em coberturas de eventos especiais o número pode ficar entre dois a cinco por dia.

1.4.7. *RS Urgente*¹⁶



O *blog RS Urgente* foi criado em setembro de 2005 pelo jornalista Marco Aurélio Weissheimer. Visava ser um “contraponto” ao que é veiculado no Grupo RBS, o principal grupo jornalístico da região Sul, principalmente no que diz respeito ao noticiário político e econômico do estado do Rio Grande do Sul. De início, funcionava hospedado no serviço *Zipnet*, oferecido pelo grupo UOL. Em março de 2008, migrou para um endereço próprio, o <http://www.rsurgente.net>, e em abril deste ano foi para o atual endereço, hospedado no servidor do *Wordpress*.

Marco Aurélio, jornalista que também trabalha na Agência Carta Maior, edita o *blog* tendo como foco a cobertura do noticiário regional do RS, especialmente nos assuntos economia e política. Sua periodicidade varia entre duas a cinco postagens diárias, número que aumenta quando há a cobertura especial de algum evento, como foi do caso de uma CPI instalada na Assembleia Legislativa do Rio Grande do

¹⁶ <http://rsurgente.opsblog.org>

Sul para julgar irregularidades envolvendo o Detran-RS, quando o número de postagens foi de cinco a sete por dia. O *blog* veicula tanto notícias quanto comentários, com bastante espaço para notícias de outros veículos. Todas as postagens são escritas por Marco Aurélio, que não tem ganho financeiro com o *blog*.

1.4.8. *Blog do Juca*¹⁷



O *Blog do Juca* foi criado em setembro de 2005 por uma iniciativa do portal UOL, que convidou Juca Kfourti, que recém voltava a escrever uma coluna para o jornal *Folha de S. Paulo*, do mesmo grupo do UOL, para editar o *blog*.

É centrado em esportes, principalmente futebol, mas há espaço para a cobertura de outros assuntos relacionados ou não com o *blog*. Sua periodicidade varia de duas a oito postagens diárias, número que pode chegar a mais de dez postagens diárias em situações específicas como a cobertura de uma final de campeonato, ou, ainda, a menos de uma por dia, quando Kfourti está de férias e viajando.

¹⁷ <http://blogdojuca.blog.uol.com.br>

1.5. Estrutura da Dissertação

A dissertação está estruturada em quatro capítulos, três deles centrados num aspecto do processo de produção do jornalismo, mais introdução e as conclusões. O primeiro capítulo, *Do weblog ao weblog jornalístico*, aborda a questão do surgimento do *weblog* e da sua incorporação ao jornalismo, sendo apresentado, ao final, o conceito de *blog* jornalístico a ser adotado neste trabalho. O segundo capítulo é centrado no aspecto da apuração jornalística nos *blogs*. Traz também uma definição de três modos de apurar identificados na blogosfera brasileira: *apuração tradicional*, quando o processo é realizado sem diferenças significativas para outros meios jornalísticos; *apuração complementar*, quando a preferência da apuração é destinada a outro meio para o qual o jornalista trabalha, e *apuração transparente*, onde o jornalista, normalmente tendo dedicação exclusiva ao *blog*, utiliza com frequência a rede para revelar total ou parcialmente o percurso realizado para a obtenção de uma informação.

O terceiro capítulo trata de aspectos sobre a edição e a redação nos *blogs* jornalísticos. Apresenta a hierarquização das informações como uma das principais especificidades dos *blogs* jornalísticos, onde a estrutura organizada na ordem cronológica inversa dá mais destaque à última postagem e não necessariamente à informação classificada como mais importante, e inclui uma tipologia de *blogs* jornalísticos a partir da análise dos aspectos redacionais: *blog portal*, *blog coluna* e *blog híbrido*.

O quarto capítulo analisa a circulação nos *blogs* jornalísticos. Trata de entender os mecanismos que fazem as informações postadas no *blog* circular na web e apresenta dois sistemas de circulação encontrados nos casos analisados: o *sistema dinâmico complexo*, onde várias ferramentas são utilizadas para a circulação do produto jornalístico, e o *sistema dinâmico simples*, onde poucas ferramentas são disponibilizadas para este fim, o que torna este tipo de circulação pouco condizente com a horizontalidade que caracteriza o ciberespaço.

Por fim, as conclusões trazem apontamentos que sinalizam para a existência, nos *blogs* jornalísticos, de um produto mais transparente do que aquele produzido no jornalismo tradicional, seja em outros suportes ou no próprio ciberjornalismo. A partir da potencialização da transparência, levantam-se questões sobre os desafios profissionais que

os *blogs* estão trazendo para o jornalismo, principalmente através da oferta concorrente ou complementar de informações sobre assuntos correntes e cotidianos, e indicam-se duas direções para onde os *blogs* podem levar o jornalismo. A primeira é aquela que o conceito de *jornalismo sistema* de Borrat & Fontcuberta (2006) aponta, onde se tem um tipo de prática jornalística que não isola os acontecimentos, mas os organiza em um contexto que estabelece diversas interações com seus receptores, o que contribui para a compreensão de uma realidade que se faz cada vez mais complexa. A segunda direção é na prática do jornalismo que Gans (2003) chama de *multiperspectivo*, onde os *blogs* jornalísticos se apresentam como instrumentos que permitem a representação de setores mais variados da sociedade no noticiário, o que até então o jornalismo tradicional não conseguia permitir dado à escassez de condições técnicas e financeiras para isso. Finalmente, como última parte das conclusões, faz-se a descrição de cenários futuros para os *blogs* jornalísticos, trazendo também aspectos que podem ser aprofundados em outros estudos acadêmicos.

CAPÍTULO UM

DO BLOG AO BLOG JORNALÍSTICO

Este capítulo da dissertação vai, inicialmente, tratar do surgimento do *weblog* e apresentar os diversos conceitos relacionados ao novo produto surgido na web. A partir disso, vai-se levantar um histórico da aproximação do *weblog* junto ao Jornalismo, dividido em etapas como o descobrimento, a adoção, os primeiros estudos teóricos sobre a relação entre o Jornalismo e os *blogs* e, por fim, a incorporação destes ao Jornalismo, resultando no *weblog* jornalístico. São perguntas que este capítulo tenta responder: O que é um *weblog*? Como se deu a aproximação do *weblog* ao Jornalismo? Quais foram as primeiras manifestações jornalísticas dos *blogs* no Brasil e no exterior? O que caracteriza um *weblog* jornalístico?

1.1. *Weblog*: histórico e uma definição

O advento do *blog* como um tipo específico de sítio da web data dos primeiros anos da década de 1990, quando se dá a criação da World Wide Web¹⁸. Historicamente, a primeira definição de *weblog* é a de um sítio dedicado a indicar e comentar links para outros sítios da web. O termo “*log*” indica, dentre outras coisas, “um registro cotidiano de atividades”, enquanto que o prefixo “web” é empregado como uma abreviatura da World Wide Web (WWW). Teria-se, então, que *weblog* é um “registro de atividades na web”, o que se relaciona com o objetivo inicial dos primeiros autores de *blog*, que, segundo Träsel (2009), era o de “guardar um arquivo de referências interessantes, numa época em que as ferramentas de busca ainda eram muito pouco desenvolvidas.” (TRÄSEL, 2009, p. 95).

A maioria destes *blogs* pioneiros, como relata Paquet (2002, on-line), eram criados e mantidos por webdesigners e desenvolvedores de

¹⁸ Paquet (2002), Winer (2002), Orihuela (2006), Amaral, Montardo e Recuero (2009) e a maioria dos pesquisadores costumam considerar a primeira página produzida em formato html, “What’s new in 92”, desenvolvida por Tim Berners-Lee como, também, a primeira aparição de um *weblog*. Esta consideração é feita levando em conta que inicialmente não havia diferenciação entre os variados tipos de sítios da web. Anos depois, com a expansão da web, foi possível distinguir, por exemplo, os sítios mantidos por empresas, organizações, instituições ou grupos, e os “diários pessoais”, criados por pessoas comuns para “depositar o diário ou jornal íntimo on-line” (OLIVEIRA, 2002).

programas para a internet, pessoas que de alguma forma trabalhavam com a rede e que costumavam navegar pelos mais variados tipos de páginas da web. Do interesse dessas pessoas em compartilhar aquilo que encontravam de interessante na rede é que foram criados estes primeiros *weblogs*:

O conteúdo dos primeiros *blogs* era, em sua maior parte, uma mistura de links com comentários feitos de acordo com o gosto de cada editor. Algum tempo depois, esses *blogs* passaram a deixar um bom número de seguidores pelo fato de que eles providenciavam uma seleção única de conteúdo novo e atrativo para um segmento da população on-line que tinha gostos parecidos. (PAQUET, 2002, on-line)

Nos anos de 1996 e 1997, com o crescimento significativo da web no planeta, alguns blogs são criados, sobretudo nos Estados Unidos¹⁹. Em 1997 surge o termo “*weblog*”, cunhado pelo estudante estadunidense Jorn Bager para nomear estes tipos de páginas que atuavam, à época, como um filtro pessoal do conteúdo disponível na internet. É, também em 1997, que autores como Orihuela (2007, on-line) e Bausch, Haughey e Hourihan (2002) apontam o marco inicial do *weblog* tal como o conhecemos hoje: a primeira postagem de Dave Winer no *Scripting News*, em primeiro de abril de 1997.

Tanto o *weblog* de Winer como os outros desta época eram, de acordo com Bausch, Haughey e Hourihan (2002), uma reação ao típico portal encontrado comumente dentre os anos de 1997 e 1999, que deveria ser “o mais grudento possível, mantendo seus visitantes nele tanto tempo quanto possível”²⁰, (BAUSCH, HAUGHEY e HOURIHAN, 2002, p. 11). O *blog* então surgia como um anti-portal, “estando perfeitamente satisfeito em mostrar tudo de outras páginas e de outros

¹⁹Não há uma estimativa de quantos *blogs* existiam durante estes primeiros anos, já que nem mesmo o entendimento do que era um *blog* se tinha. Alguns dos que foram criados nesta época e até hoje permanecem atualizados são o *Links for The Underground*, de Justin Hall, iniciado em 1994, provavelmente o *blog* que há mais tempo está em funcionamento; *The Filter*, de Michael Sippey, e *Drudge Report*, de Matt Drudge, de 1996; *Robot Wisdom*, de Jorn Bager, e *Scripting News*, de Dave Winer, de 1997.

²⁰ No original, “As ‘sticky’ as possible, keeping visitors within their site for as long as possible” (BAUSCH, HAUGHEY e HOURIHAN, 2002, p. 11). [Neste trecho e em todos os outros encontrados durante este trabalho a tradução é do autor da dissertação].

lugares, em vez de usar de todas as alternativas possíveis para manter o usuário em um único lugar da web²¹” (BAUSCH, HAUGHEY e HOURIHAN, 2002, p. 11).

O surgimento das primeiras ferramentas de publicação gratuitas na web, dois anos depois, torna-se um marco na expansão do crescimento dos *weblogs*. Em julho de 1999, é lançada a ferramenta da empresa estadunidense *Pitas*, disponibilizada gratuitamente através do seu site. No mês seguinte, também nos Estados Unidos, a empresa Pyra²² lança o *Blogger*, que se torna um elemento fundamental na popularização do *weblog*:

O principal diferencial da nova ferramenta é que ela trouxe velocidade na criação, postagem e atualização dos ciberdiários, democratizando o acesso de não-especialistas em linguagem como html, ftp, dentre outras, à construção e manutenção das páginas pessoais. Com isso, qualquer pessoa que dominasse noções básicas de inglês poderia ter um *weblog* ou *blog*. (OLIVEIRA, 2002, p.137)

É através das estruturas oferecidas pela ferramenta de produção de *weblog* destas páginas, e também de outras²³ criadas logo na sequência, que o *blog* consolida o seu formato padrão e ganha as características que hoje nos faz reconhecê-lo na web. A maioria das definições conceituais posteriores à primeira relatada aqui partem destas características estruturais consolidadas com o advento dos sistemas de publicação gratuitos de *blog*, como no conceito de Blood (2002), que

²¹ No original, “being perfectly happy to show you everything on other sites and in other places, instead of resorting to any means possible to keep you confined to a single place on the web”. (BAUSCH, HAUGHEY e HOURIHAN, 2002, p. 11).

²² A *Pitas* foi uma empresa criada pelo programador canadense Andrew Smales, de Toronto. Sua importância na história do *blog* é ofuscada pelo surgimento da *Pyra*, no mês seguinte, em São Francisco, Califórnia, que desenvolveu um sistema de publicação mais moderno e fácil que o da *Pitas* - o *Blogger*. Além disso, a *Pyra* popularizou mundialmente seus criadores, Evan Williams, Meg Hourihan, Paul Bausch e Matthew Haughey, que hoje trabalham com a web em diversas empresas dos Estados Unidos - Williams também é um dos criadores do *Twitter*. A *Pitas* ainda funciona como serviço de publicação de *blogs* no endereço <http://www.pitas.com>, enquanto que a *Pyra* tem sua página própria no endereço <http://www.pyra.com>.

²³ Outras páginas da web que também passaram a oferecer o serviço de criação de *weblogs* no mesmo ano ou no ano seguinte foram o *GrokSoup*, *Edit This Page*, *VelociNews*, *Weblogger*, *Squishdot*, *Grohol* e *GreyMater*, dentre outras que foram incorporadas às outras páginas parecidas ou já não existem mais.

define o *weblog* como “uma página da web atualizada frequentemente com entradas datadas, as mais novas posicionadas no topo, contando quase sempre com espaços para comentários” (BLOOD, 2002, on-line). López & Otero López (2007, p.60-61), por exemplo, fazem uma compilação com 13 conceitos de *weblog* desenvolvidos durante os anos da primeira década deste século, todos baseados nos aspectos estruturais e funcionais do *blog*:

Autor	Conceito
Fernando Sáez Vacas	Um blog es um sítio web donde se recopilan cronológicamente notas de uno o vários autores, sobre uma temática o a modo de diário personal. Las notas que se muestran em la parte superior de la pantalla son las escritas más recientemente. El blog suele incluir enlaces a otros blogs, archivos con las notas publicadas y un dispositivo de fácil uso para que sus lectores participen enviando comentarios sobre las notas o sobre otros comentarios ²⁴ .
Elisabete Barbosa e Antonio Granado	O weblog é uma página da Internet, atualizada com muita regularidade, organizada cronologicamente ²⁵ .
J.D. Lasica	Conjunto de comentários com links para outros sítios web ²⁶ .

²⁴ Conceito retirado de: “La blogosfera: um vigoroso subespacio de comunicación em Internet”. Telos, julho-setembro, 2005, nº 64, Segunda Época. Disponível em: <http://campusred.net/telos/articulotribuna.asp?idarticulo=3&ver=64>

²⁵ “Weblogs. Diário de Bordo”. Porto; Porto Editora, 2004, p.12.

²⁶ “Weblog: a new source of news”. Online Journalism Review. Disponível em: <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958782.php>

Cameron Barret	Pequena página, geralmente de um único autor, atualizada com regularidade e que contém um grande número de visitantes de forma habitual ²⁷ .
Wikipedia	É um sítio web onde se recompila cronologicamente mensagens de um ou vários autores, sobre uma temática em particular ou a modo de diário pessoal, sempre conservando o autor a liberdade de deixar publicado o que creia pertinente ²⁸ .
José Antônio Millán	O weblog ou “bitácora da web” é a relação e anotação do que faz um navegador da rede dos sítios que já visitou ²⁹ .
Tim O’Reilly	Um blog é sensivelmente uma <i>home page</i> pessoal em formato de diário ³⁰
Alejandro Piscitelli	É uma página web atualizada mais que frequentemente e está marcada pela personalidade do autor, que imprime seu selo através de sua escrita. Cada uma das atualizações e novas entradas são colocadas acima do todo, estrutura que constitui sua característica principal ³¹ .
José Luis Orihuela e	São páginas que, a modo de diários on-line,

²⁷ “Anatomy of a weblog”. Camworld. Disponível em:

<http://camworld.org/journal/rants/99/01/26.html>>

²⁸ “Weblog”. Wikipedia. Disponível em: <<http://es.wikipedia.org/wiki/weblog>>

²⁹ “Blog”. Vocabulário de ordenadores e Internet. Disponível em:

<http://jamillan.com/v_blog.htm>

³⁰ “Que és Web 2.0. Patronos del diseño y modelos del negociopara la siguiente genración del software. Telefónica. Boletín de la Sociedad de la Información. Fevereiro de 2006.

³¹ Internet, la imprenta del siglo XXI. Barcelona; Gedisa, 2005, p.51.

outros	trouxeram a possibilidade de publicar na rede ao alcance de todos os usuários. Ao ser um formato de publicação on-line centrado no usuário e no conteúdo que estes produzem, não na programação ou no desenho gráfico, os blogs tem multiplicado as opções para os internautas aportarem na rede conteúdos próprios, sem intermediários, atualizados e de grande visibilidade para os buscadores ³² .
Rebecca Blood	O blog é indiscutivelmente o primeiro formato nativo da web. Sua unidade básica é a anotação (<i>post</i>), não o artigo ou a página. Os autores escrevem tanto como queriam sobre um assunto, e o conjunto de entradas aparece sempre na página com seus respectivos links [...] OP hipertexto é fundamental para a prática do <i>blogging</i> ³³ .
Daniel W. Drezner e Henry Farrel	São diários atualizados periodicamente, que oferecem comentários com pouca ou nenhuma intervenção de editores externos. Apresentam-se como uma série de mensagens, anotações individuais com notícias ou comentários, por ordem cronológica inversa ³⁴ .

³² Blogs, la conversación en internet que está revolucionando medios, empresa y ciudadanos. Madrid; ESIC Editorial, 2005, p. 14.

³³ “Weblogs and journalism: do they connect?” Nieman Reports. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, vol 57, nº3, Primavera de 2003. Disponível em: <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>

³⁴ “La fuerza de los blogs”. Foreign Policy Edición Española. 2005. Disponível em: http://www.fp-es.org/dic_ene_2005/story_6_15.asp>

Chris Willis e Shaine Bowman	São diários virtuais frequentemente atualizados, com entradas em ordem cronológica inversa e numerosos links, que oferecem registros atualizados e detalhados da vida de seus autores, de notícias ou de um tema de interesse ³⁵ .
Luis Villa	Basicamente, o blog não é mais que um sistema de publicação de conteúdos breves (posts) que se apresentam ordenados cronologicamente. Segundo Blogger, são “mensagens instantâneas para a web” ³⁶ .

Fonte: López & Otero López (2007, p. 60-61)

O que se tem em comum nestes conceitos, e também nos que utilizam pesquisadores como Bruns (2005, p. 171) e Silva (2003, on-line) é, precisamente, a definição estrutural do *weblog* como um tipo de página web pessoal atualizada frequentemente, com entradas datadas organizadas em ordem cronológica reversa, contendo, na maioria dos casos, espaço para comentários dos usuários e, por fim, com uma interface de edição simplificada, através da qual o blogueiro pode inserir novos conteúdos sem a necessidade de escrever qualquer tipo de código em HTML, o que é possível graças ao uso de Sistemas de Publicação de Conteúdo (CMS³⁷, ou *Content Management System*).

³⁵ “Nosotros, el médio. Como las audiencias están modelando el futuro de la noticia y la información. Disponível em: <<http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php?id=p53>>

³⁶ Weblog.04: publica tu própria bitácora. Disponível em:

<http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=255>

³⁷ Segundo a Wikipédia em português, o CMS – a sigla em nosso idioma é SGC – “é um sistema gerenciador de websites, portais e intranets que integra ferramentas necessárias para criar, gerenciar (editar e inserir) conteúdo em tempo real, sem a necessidade de programação de código, cujo objetivo é estruturar e facilitar a criação, administração, distribuição, publicação e disponibilidade da informação”. Pode-se dizer que um CMS “é um *framework*, “uma estrutura” de website pré-programado, com recursos básicos e de manutenção e administração já prontamente disponíveis; (...) um sistema que permite a criação, armazenamento e administração de conteúdo de forma dinâmica, através de uma interface de usuário via Internet.
(Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gerenciamiento_de_conte%C3%BAdo)

A partir destas características estruturais e dos diversos conceitos apresentados de *weblog*, propõe-se aqui uma definição operacional para ser aplicada neste trabalho, que define o *blog* como *um meio de comunicação pessoal e interativo tendo como elemento básico o hipertexto (BLOOD 2002, LÓPEZ 2007) e como componente organizacional principal o Sistema de Publicação de Conteúdo (CMS), que confere ao weblog uma interface de edição simplificada que exime o autor da necessidade de usar códigos de linguagens de programação web e dá, estruturalmente, o formato de entradas datadas organizadas em uma ordem cronológica reversa onde, em cada uma das entradas, existe a possibilidade do usuário fazer comentários.* O objetivo desta definição é estabelecer características concretas que diferenciem o *blog* de outro tipo de página web, o que vai ajudar na posterior delimitação do objeto *blog* jornalístico.

1.2. O Jornalismo descobre os *blogs*

O jornalismo começaria a descobrir o *blog* ao final da década de 1990, quando do início da sua popularização como ferramenta de publicação na web. Bradshaw (2008, on-line) aponta como o primeiro grande momento na história da relação *blogs* e jornalismo o caso ocorrido com o *Drudge Report*, que em 17 de janeiro de 1998 foi o primeiro meio a publicar a revelação de que o presidente dos Estados Unidos na época, Bill Clinton, mantinha um caso extraconjugal com uma estagiária da Casa Branca, Monica Lewinsky. O jornalista Matt Drudge, editor do *blog*³⁸, quando ficou sabendo da informação - que estava sendo apurada por outra publicação, a *Newsweek* - lançou-a antes em seu *blog* e através da *newsletter* que mantinha. Na semana seguinte, o caso passou a ter repercussão nacional, com todos os principais jornais dos Estados Unidos fazendo a cobertura do assunto e tendo como base o informe de Drudge. Como diz Bradshaw (2008, on-line), ainda que Drudge “negasse que sua página fosse um *blog*, isto demonstrou como a agilidade de uma operação on-line poderia ‘furar’ a mídia tradicional”³⁹, (BRADSHAW, 2008a, on-line).

³⁸ O Drudge Report também era conhecido como “panfleto digital”, devido ao seu particular interesse no que se convencionava chamar de “fococa”. Ele ainda se encontra em funcionamento no endereço <http://www.drudgereport.com/>.

³⁹ No original, “denies the site is a blog, it demonstrated how the nimbleness of an online operation could scoop the mainstream media”(BRADSHAW, 2008, on-line).

No primeiro semestre de 1999, aparece aquele que Mitchell (2003, p.66), Orihuela (2006, p. 123) e Noguera Vivo (2008, on-line) consideram como um dos primeiros casos de *blogs* produzidos por jornalistas localizados em um meio de comunicação on-line: o *blog* do jornalista estadunidense Dan Gillmor na versão para a web do jornal *San José Mercury News*, uma das principais publicações do chamado Vale do Silício, no Estado da Califórnia. Trabalhando como colunista de tecnologia do jornal desde 1995, Gillmor (2003) conta que foi algo natural sua ida para o meio on-line, principalmente pelo fato de seus leitores, localizados na região que foi berço de uma série de iniciativas relacionadas à internet, serem conhecedores e usuários frequentes da internet.

“Para jornalistas que começam um *blog*, o desafio é diferente. *Blogs* frequentemente refletem uma voz individual. No meu caso, isso já acontecia desde que eu tinha uma coluna no *San José Mercury News*, e, por conta disso, estava acostumado em compartilhar minha voz e opiniões no papel. Então, quando eu iniciei o *blog*, produzia mini-ensaios nele sem me preocupar com o compromisso com a objetividade que os jornalistas numa empresa tradicional tentavam manter⁴⁰” (GILLMOR, 2003, p.80).

À mesma época do surgimento do *blog* de Dan Gillmor⁴¹, outras publicações jornalísticas especializadas em tecnologia dos Estados Unidos, como *Christian Science Monitor*, *Slate* e *American Prospect*, também passam a utilizar-se de *blogs* em suas versões na web. Assim como o de Gillmor, os *blogs* destas empresas eram colunas publicadas nos veículos impressos que migraram para o formato on-line (ALLAN, 2006), mantendo inicialmente as mesmas características da

⁴⁰ No original “For the journalist who starts a blog, the challenges are different. reflect an individual voice. In my case, this made perfect sense since I was already a columnist at the San José Mercury News and therefore expected to share my voice and opinions in print. So when I began my blog, I dropped mini-essays onto it without worrying about compromising the objectivity that beat journalists at traditional news or organization try to maintain” (GILLMOR, 2003, p. 80).

⁴¹ Dan Gillmor manteve seu blog no San José Mercury News até dezembro de 2004, quando saiu do jornal. Seu weblog era localizado no endereço <http://weblog.siliconvalley.com/column/dangillmor>, que não está mais disponível. Atualmente, ele mantém um blog em sua página pessoal, <http://dangillmor.com>.

coluna impressa, com a única diferença de que, por conta de se situarem na web, não tinham o limite de espaço que o formato físico do jornal impunha.

O surgimento destes *blogs* refletia uma percepção que ainda era minoria entre os jornalistas e teóricos: a de que o *blog* poderia servir como uma ferramenta de publicação e organização de conteúdo útil para o Jornalismo. Nesta época, dominava a ideia de que o *blog* era somente um “diário pessoal” que nada tinha que ver com a atividade jornalística. Um dos poucos que neste período saíram à público para chamar atenção para as potencialidades do *blog* para o jornalismo foi Scott Rosenberg, colunista de tecnologia da revista *Salon*, que, num artigo de 28 de maio de 1999, alertava que os jornalistas estavam se equivocando em não prestar atenção no novo modo de organizar as informações que os *weblogs* estavam trazendo. Rosenberg também criticava o tipo de pensamento mais comum aos jornalistas da época, que hostilizavam o trabalho realizado pelos então existentes *blogs* como não tendo nada a ver com o que faz um jornalista. Ao fazerem isso, dizia Rosenberg, eles deixavam de prestar atenção a algumas potencialidades que o *blog* poderia oferecer ao jornalismo:

“Ninguém está sugerindo que os *blogs* são qualquer tipo de substituto para as antiquadas virtudes do bom jornalismo. Mas a hostilidade defensiva de alguns jornalistas fazem você pensar um pouco sobre o quanto o ‘profissional do jornalismo de hoje’ já está se comportando como um ‘feliz linkador’ do novo meio que eles temiam”⁴² (ROSENBERG, 1999, on-line).

No ano seguinte, aparece na Inglaterra o *Guardian's Weblog*⁴³, considerado por Matheson (2004, p. 449) como o primeiro *blog* de uma publicação jornalística que não trata estritamente de temas relacionados à tecnologia. O *blog* caracterizava-se por conter links e pequenos comentários acerca destes links, da mesma forma pela qual eram

⁴² No original, “No one's suggesting that weblogs are any sort of replacement for the old-fashioned virtues of good journalism. But the defensive hostility of some journalists does make you think a bit about how much today's ‘professional’ media are already behaving like the link-happy new medium they fear” (ROSENBERG, 1999, on-line).

⁴³ O *Guardian's weblog* funcionou até agosto de 2004 no endereço <http://www.guardian.co.uk/weblog/>, data em que foi desativado. A íntegra dos arquivos do blog ainda se encontra disponíveis na página.

estruturados os blogs pioneiros de início e meados da década de 1990. A diferença do *Guardian's Weblog* para os seus antecedentes nos Estados Unidos era de que ele não era caracterizado em torno de uma voz particular de uma coluna que havia migrado para o formato digital, mas sim por levar a voz coletiva da publicação jornalística inglesa para o meio *blog*. Isso era evidenciado através das postagens, onde o tom objetivo e sóbrio, tal qual a versão impressa do *The Guardian*, eram predominantes, em contrapartida ao estilo opinativo e mais livre dos blogs estadunidenses da época.

No período que vai até o ano de 2001 houve diversos casos isolados de uso do *blog* para fins jornalísticos. A maioria dos que há registro se localizam nos Estados Unidos e em países de língua inglesa como Inglaterra, Escócia e Austrália. Alguns dos *blogs* criados eram caracterizados como o *Guardian's Weblog*, casos do australiano *The Melbourne Age* e do estadunidense *San Francisco Chronicle*⁴⁴. Ao contrário do *weblog* do jornal inglês, que permaneceu atualizado até 2004, estes *blogs* pararam de ser atualizados ainda no primeiro semestre de 2001.

Os atentados às Torres Gêmeas de Nova Iorque, em 11 de setembro de 2001, são considerados um dos marcos da aproximação entre os *blogs* e o jornalismo. Segundo Bradshaw (2008, on-line), “enquanto novas páginas web entravam em colapso por causa da demanda global, uma rede de blogs passava adiante notícias e listas de sobreviventes⁴⁵”. Lara (2004), baseada em um estudo do *Pew Internet Project*⁴⁶, conta que

“Os acontecimentos de 11 de setembro geraram o maior tráfego em páginas de notícias na história da internet. Muitos destas páginas não puderam absorver toda a demanda e isso fez com que as pessoas se dirigissem a buscar estas notícias através de e-mail, fóruns e os incipientes

⁴⁴ Os *blogs* funcionavam nos endereços www.sfbg.com/Slife/sfblog e www.theage.com.au/weblog, respectivamente. Hoje estão desativados.

⁴⁵ “While news websites collapse under the global demand, a network of blogs pass on news and lists of survivors” (BRADSHAW, 2008, on-line).

⁴⁶ O estudo citado por Lara é *Pew Internet & American Life Project. One year later: September 11 and the Internet* e está disponível no endereço: <http://www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=69>

weblogs, que já começavam a se destacar nesta época⁴⁷. (LARA, 2004, p.225)

O caos que se deu na busca de informações sobre o acontecido potencializou a criação de *blogs* por pessoas que queriam compartilhar as informações sobre os acontecimentos ocorridos em Nova Iorque. Autores como Blood (2002a, 2003), Hiler (2002), Gillmor (2004) e Orihuela (2005, 2006) consideram que, a partir desta data, os testemunhos pessoais sobre determinados acontecimentos, situações ou lugares encontrados em *weblogs* passaram a ganhar maior importância como informação de relevância jornalística, o que se dá em grande parte devido à situação caótica que se tornou a busca por qualquer tipo de informação sobre o que estava acontecendo nos locais dos atentados e também porque, do outro lado, havia pessoas no local que desejavam compartilhar suas histórias e, como diz Hiler (2002, on-line), “publicar a verdade”.

Stuart Allan (2006) afirma que “centenas de páginas da web reformadas começaram a aparecer depois dos acontecimentos de 11 de setembro, publicizando testemunhos e fotografias pessoais, e em alguns casos gravações em vídeo de desdobramentos das catástrofes ocorridas⁴⁸” (ALLAN, 2006, p. 60). Estas páginas pessoais de que fala Allan, em sua maioria *blogs*, passam a ter uma visibilidade grande na esfera pública, o que acaba por modificar a ideia pejorativa e até então corrente de que o *blog* era apenas um “diário pessoal” que trazia detalhes íntimos da vida de quem o escrevia. É assim que o Jornalismo para além das publicações especializadas em tecnologia passa a se interessar pelos *weblogs*, reconhecendo-os como fontes e também como uma nova alternativa de publicação de conteúdos na rede que poderia ser utilizada para a atividade jornalística.

Os conflitos armados que se seguiram aos atentados de 11 de setembro de 2001, como a Guerra do Afeganistão, iniciada já em 2001, e principalmente a Guerra do Iraque, em 2003, potencializaram a atuação dos *weblogs* junto à atividade jornalística. Surgem os chamados

⁴⁷ No original, “Los acontecimientos del 11 de septiembre generaron el mayor tráfico a webs de noticias en la historia de internet. Muchos de estos sitios no pudieron absorber toda la demanda y eso hizo que la gente se dirigiera a buscarla a través del e-mail, los Foros y los incipientes weblogs que ya empezaban a destacarse en esa época” (LARA, 2004, p. 225).

⁴⁸ “Hundreds of refashioned personal websites began to appear over the course of September 11, making publicly available eyewitness accounts, personal photographs and in some cases video footage of the unfolding disasters” (ALLAN, 2006, p. 60)

warblogs, *blogs* que têm como foco central a questão da Guerra sob as suas mais diversas formas” (RECUERO, 2003, on-line). Os editores destas páginas da web contavam o dia-a-dia do conflito sob o seu ângulo, o que personalizava a informação transmitida na pessoa do autor que as divulga.

A cobertura da guerra oferecida pelos *warblogs* contrastava diretamente com a oferecida pelos meios jornalísticos tradicionais. Enquanto que os jornalistas – especialmente os estadunidenses - traziam números ou relatos onde eram ouvidas apenas fontes ligadas ao Exército dos Estados Unidos, a cobertura dos *warbloggers* era mais ampla, apresentando detalhes do conflito que escapavam aos constrangimentos econômicos, políticos e estruturais a que estavam submetidos as empresas jornalísticas e os seus jornalistas. Os *warblogs* acabavam por “providenciar um amplo leque de opiniões sobre estratégias e motivações de todos os lados que estavam disponíveis do conflito⁴⁹” (RUSHKOFF, 2003, p. 18).

Um dos *warblogs* de maior destaque à época, tanto em número de acessos quanto em influência na própria mídia, foi o *Where is Raed*⁵⁰, escrito por um arquiteto iraquiano residente em Bagdá que usava da alcunha *Salam Pax*. Criado no final de 2002, o *blog* continha relatos pessoais sobre os acontecimentos do confronto, escritos com uma riqueza de detalhes que muitas das melhores matérias jornalísticas não conseguiam oferecer:

“Sem nada de política, *Salam Pax* se converteu em um dos melhores correspondentes da Guerra do Iraque, contando como seus vizinhos suportavam as dores do conflito. O único que se sabia do autor era que ele era um arquiteto iraquiano de 29 anos. Atualmente, Salam é colunista do jornal inglês *The Guardian*, um dos primeiros meios tradicionais que começou a utilizar suas postagens como fontes confiáveis sobre a guerra e que não teve dúvida em seguir

⁴⁹ “Provided a much broader range of opinions on both the strategies and motivations of all sides in the conflict than were available”. (RUSHKOFF, 2003, p. 18)

⁵⁰ O endereço do *blog* é <http://dear-raed.blogspot.com>. Com o término da guerra, Salam continuou blogando como contratado do jornal inglês *The Guardian*, e teve suas postagens publicadas no livro “O blog de Bagdá”, editado em 2003 no Brasil pela *Companhia das Letras*, com tradução de Daniel Galera.

contando com ele como um informador a mais⁵¹”(NOGUERA VIVO, 2008, p.68).

Outro *warblog* que também ganhou destaque na cobertura do conflito foi o *Back to Iraq 3.0*, do jornalista estadunidense Christopher Albritton⁵². Ex-jornalista da agência de notícias *Associated Press* e na época freelancer, Albritton fez uma cobertura independente do conflito, financiado apenas por doações de leitores. O jornalista criou o *blog* em 2002, e através dele lançou uma campanha para arrecadar dinheiro para ir ao Iraque fazer a cobertura do evento de maneira independente. Tanto conseguiu que, durante a guerra, juntou mais 14 mil dólares entre seus 25 mil leitores diários para se manter no Iraque, contando tecnicamente somente com um computador portátil emprestado e um telefone satélite de aluguel (LARA, 2004, p. 226).

No Brasil, o *blog Diário de Bagdá*⁵³, criado em 2003 pelos enviados ao país do jornal *Folha de S. Paulo* Sérgio Dávila e Juca Varella, é um marco na história do *blog* jornalístico no país, pois se tornou a primeira experiência oficial brasileira de cobertura jornalística realizada através de um *blog*. Para a cobertura, os jornalistas apropriaram-se da ferramenta *blog* e deram a ela o uso à qual ainda era intimamente ligada na época - o de diário pessoal - com a diferença de que este diário tinha o compromisso de ser um relato sério e jornalístico do conflito, já que o *blog* tinha a responsabilidade de estar vinculado à uma empresa jornalística tradicional. Por sua vez, o fato de ser um *blog* – e principalmente o de ser também um diário – permitia aos jornalistas escreverem de forma mais livre e pessoal do que escreveriam se estivessem produzindo uma matéria para a *Folha de S. Paulo*, seja na versão impressa ou on-line do jornal. O *Diário de Bagdá* já era,

⁵¹ “Sin “nada de política”, Salam Pax se convirtió en uno de los mejores corresponsales de la guerra de Irak, contando cómo soportaban el dolor sus vecinos. Lo único que se sabía del autor es que era un arquitecto iraquí de 29 años. Actualmente es columnista del periódico inglés The Guardian, uno de los primeros medios tradicionales que comenzó a utilizar sus posts como fuente fiable sobre la guerra y que no ha dudado en seguir contando con él como un informador más” (NOGUERA VIVO, 2008, p. 68)

⁵² O *blog* continua em atividade com o mesmo objetivo, cobrir o confronto e os seus desdobramentos de maneira independente. Pode ser acessado no endereço <http://www.back-to-iraq.com>.

⁵³ O *blog* já não está mais no ar, mas é possível ver alguns dos textos no endereço <http://noticias.uol.com.br/ultnot/2008/03/19/ult23u1536.jhtm>, ou, então, a compilação de todos os textos e fotos do *blog* no livro "*Diário de Bagdá - A Guerra do Iraque Segundo os Bombardeados*", da editora Dorea, lançado também em 2003.

portanto, resultado da tentativa de equilibrar o uso das potencialidades do sistema de publicação do qual o *blog* se constituía, de um lado, e a responsabilidade e o compromisso com a deontologia jornalística, de outro, para a constituição de um produto híbrido entre estes dois mundos: o *blog* jornalístico.

1.3. O Jornalismo adota os *blogs*

Após o advento dos *warblogs*, os *blogs* passaram a ser melhor compreendidos entre os jornalistas, tornando-se modelos para diversos diários digitais (ALVES, 2006, p. 18). Muitas empresas passaram a estimular a criação de *weblogs* para seus colunistas, que adaptavam a dinâmica e o estilo dos *blogs* aos seus critérios jornalísticos (ibid, 2006, p. 18). Ainda assim, houve alguns percalços, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos. Por aqui, ocorreu uma situação envolvendo a campanha publicitária do jornal *O Estado de S. Paulo*, intitulada “Por onde você anda clicando, hein?”, que questionava a credibilidade da informação postada em *blogs* e propunha valorizar a informação “com credibilidade” que poderia ser encontrada no portal *Estadão.com*⁵⁴. Nos Estados Unidos, houve inúmeros casos de jornalistas que foram demitidos por conta de terem criados *blogs*; um dos mais notórios foi o do jornalista Chez Pazienza, veterano produtor da rede *CNN* que foi demitido da empresa por conta da grande visibilidade na rede que o seu *blog* pessoal atingiu⁵⁵.

Mais do que qualquer coisa, as duas situações servem de exemplo para constatar uma realidade: a de que o Jornalismo começara a adotar definitivamente os *blogs*. Nos Estados Unidos - berço dos *blogs* e *warblogs* - a presença do meio no Jornalismo era significativa já no ano de 2003. Matheson (2004, p. 449-450) cita números de páginas como a do diretório de *blogs* *The Eatonweb Portal*, que em 1º de outubro de 2003 contabilizava 1278 *blogs* de notícias de um total de

⁵⁴ A campanha foi lançada em agosto de 2007, criada pela agência de publicidade Talent, para a divulgação da repaginação do portal *Estadão.com*. Causou bastante polêmica na blogosfera – especialmente a não-jornalística – que questionou o jornal paulista pelo mau gosto das imagens usadas nos cartazes de divulgação e pelo tom agressivo e generalizador de considerar que toda informação produzida na rede sem um “selo” de credibilidade de uma publicação jornalística por trás não vale.

⁵⁵ O *blog* De Chez, “*Deus Ex Malcontent*” ainda pode ser acessado no endereço <http://www.deusexmalcontent.com>. Para mais informações sobre o caso, ver <http://www.ajr.org/Article.asp?id=4522> Acesso em: 15 jul. 2009

14.051 *weblogs* cadastrados; e a do sítio *Cyberjournalist's*, especializado em jornalismo on-line, que listava, nesta mesma data, 77 blogs institucionais de jornalismo, a maioria em publicações como *Christian Science Monitor*, *Slate*, *American Prospect*, *San José Mercury News*, *Wall Street Journal* e *CBS News* (MATHESON, 2004, p. 449-450). Três anos depois, em 2006, constatava-se que 86% dos 100 maiores jornais dos Estados unidos utilizavam-se de *blogs* em suas versões na web⁵⁶.

No Brasil, percebe-se uma incorporação crescente do *blog* no período que vai de 2003 até o ano de 2006. Antes disso, porém, há o caso emblemático do portal *No.*, que já em 2001 mantinha três *weblogs*: a coluna *O que há*, do jornalista Pedro Dória, a página de Economia editada por Flávia Velloso e J. Teixeira da Costa e o *Notícias na rede*, com links recolhidos por Leonardo Pimentel (OLIVEIRA, 2002, p. 144). Destes, o único que foi adiante é o *O que há*, que em 2002, com a mudança de nome do sítio *No.* para *No Mínimo*, torna-se *No Mínimo Weblog* e, com o fim do portal em 2007⁵⁷, passa a se chamar *Pedro Dória Weblog*, continuando com a mesma proposta editorial da antiga coluna “O que há?”, mas com postagens mais frequentes e com maior diversidade de conteúdos.

Outros que se destacam como pioneiros no uso do *blog* no Jornalismo no país foram os *blogs* de *O Globo Online*, lançados em julho de 2003, na estratégia da empresa de criar *blogs* para todos seus colunistas da edição impressa (QUADROS, SPONHOLZ, 2006, p. 2; MENDES, 2007, p. 19), “acreditando no poder individual e no interesse do público que busca notícias na internet pelos *blogs* (QUADROS, ROSA e VIEIRA, 2005, p. 5). Nem todos os colunistas inicialmente aceitaram a tarefa; entre os que aceitaram e ainda hoje permanecem com

⁵⁶ Resultados de uma pesquisa realizada por alunos da New York University, coordenados pelo professor Jay Rosen. Mais informações e dados coletados no endereço :

<http://journalism.nyu.edu/pubzone/blueplate/issue1/top100.html>. Acesso em: 12 maio 2008

⁵⁷ O No Mínimo congregava jornalistas e escritores conhecidos na Imprensa Brasileira - como Arthur Dapieve, Ricardo Kotscho, Sérgio Rodrigues, Vilas-Boas Córrea, Xico Sá e Zuenir Ventura, dentre outros – e foi considerado durante muito tempo como uma das principais referências em jornalismo on-line de qualidade no Brasil. Funcionava no endereço <http://nominimo.ig.com.br>, hoje desativado. Alguns blogs dos colunistas do portal continuaram em endereços próprios, como no caso do de Pedro Dória. O *layout* original da página pode ser acessado neste endereço:

<http://web.archive.org/web/20021003093641/nominimo.ibest.com.br/servlets/newstorm.notitia.apresentacao.ServletDeSecao?codigoDaSecao=33&dataDoJornal=atual>

seus *blogs* estão Antônio Carlos Miguel, Arnaldo Bloch, Georges Vidor, Patrícia Kogut e o *Blog do Bonequinho*, mantido pela editoria de cinema do jornal carioca. Outros *blogs* criados na sequência, no primeiro semestre de 2004 e que ainda permanecem atualizados são o de Jorge Bastos Moreno e o de Elói Fernandez. Dentre os restantes mais de 150 *blogs* que o *Globo Online*⁵⁸ mantém atualmente, a data de criação varia entre os anos de 2005 e 2009.

Em março de 2004 surge o *Blog do Noblat*, talvez o caso mais emblemático até hoje de uso do blog no jornalismo brasileiro. Segundo Escobar (2006).

“até então o mais comum na blogosfera brasileira era encontrar jornalistas que utilizavam o blog para falar de assuntos alheios àqueles sobre os quais discorriam em seu trabalho cotidiano nos veículos tradicionais. Aqueles que por ventura tratassem em seus blogs dos mesmos temas pelos quais se tornaram conhecidos publicamente não chegaram a alcançar a repercussão que Noblat atingiu” (ESCOBAR, 2006, p. 6).

Esta repercussão atingida pelo *blog* do jornalista se deu principalmente no ano de 2005, considerado como “divisor de águas” quanto à consolidação do uso dos *blogs* como veículo de cobertura jornalística (ESCOBAR, 2006; MENDES, 2007). Em março deste ano, Noblat passa a receber exclusivamente por seu trabalho no *Blog do Noblat*, o que o caracteriza mui provavelmente como o primeiro caso de blogueiro profissional no jornalismo brasileiro. Entre maio e agosto, a chamada “crise do mensalão” faz a audiência do *blog* - e também de outro *blog* especializado na cobertura política, o de Jorge Bastos Moreno, vinculado ao *Globo Online* - aumentar significativamente⁵⁹. A visibilidade adquirida por estes *blogs* estimulou os grupos *Folha de S.*

⁵⁸ A lista completa dos blogs pode ser vista em <http://oglobo.globo.com/blogs/>.

⁵⁹ Segundo Franco (2005), “em 30 de maio de 2005, o *blog* de Moreno teve 199 visitantes únicos. Sete dias mais tarde, quando o deputado Roberto Jefferson (PTB-RJ), fez a denúncia do suposto Mensalão em entrevista à Folha de S. Paulo, esse número saltou para 6.307. Em agosto de 2005, pouco depois da chamada “CPI do Mensalão”, a audiência diária de Moreno já era de 10 mil visitas por dia, e, no mês, a página recebeu mais de 300 mil visitantes.” (FRANCO 2005 apud MENDES 2007, p. 20). Mendes (2007, p.20), por sua vez, diz que “em agosto de 2005 o *Blog do Noblat* bateu o recorde de 1.907.372 visitantes únicos ao mês” (MENDES, 2007, p. 20).

Paulo e *O Estado de S. Paulo*, no início resistentes ao novo meio, a investir nos *blogs* (MENDES, 2007, p. 20), que são criados junto aos seus respectivos jornais on-line já em fins de 2005 e início de 2006. A partir de 2006, os principais grupos jornalísticos do país passam a adotar *blogs* em alguns de seus jornais on-line. São exemplos dessa situação, além dos já citados *Folha* e *Estadão*, o *JB online*, que já havia criado o seu primeiro *blog* em 2004; *Veja.com* e *A Tarde Online*, em 2006; *O Dia Online*, *ZeroHora.com*, *Diario.com*, *Terra Magazine* e *Rádio CBN*, em 2007.

Paralelo à adoção dos *blogs* pelas empresas jornalísticas tradicionais, surgem também os primeiros casos de *blogs* jornalísticos independentes, que não estão vinculados a uma empresa jornalística. São meios criados normalmente por jornalistas e/ou pesquisadores acadêmicos para a cobertura jornalística de uma área ou região específica, e que compensam a falta de estrutura de produção equiparável a dos grandes jornais com o aproveitamento do potencial coletivo da blogosfera através dos uso dos links, do reaproveitamento do material jornalístico produzido pelo jornalismo on-line tradicional ou pelos próprios meios tradicionais onde muitas vezes os jornalistas que editam *blogs* trabalham. São exemplos deste tipo de *blogs*, afora o já citado *Pedro Dória Weblog*, seis dos oito objetos deste trabalho – *Blog do Gjol*, *Tiago Doria Weblog*, *RS Urgente*, *Notas Musicais* e *PE Body County*.

1.4. O Jornalismo analisa os *blogs*

É a partir do início desta década, quando do começo do uso do *blog* na atividade jornalística, que os pesquisadores de Jornalismo passam a questionar-se sobre o tema. Em primeiro lugar, buscou-se compreender a relação que se estabelecia entre o novo meio e o campo conceitual do Jornalismo. Perguntava-se: seria o *blog* jornalismo? E caso fosse, qual tipo de *blog* afinal seria jornalístico?

De início, a ideia que se fazia mais presente tanto entre os teóricos quanto entre os próprios jornalistas era de que os *blogs* e o jornalismo praticavam atividades distintas (GRANADO & BARBOSA, 2004). Havia um ceticismo por parte dos jornalistas quanto ao novo meio; espalhava-se a ideia, algo absurda, de que os *blogs* “tomariam o lugar” dos jornalistas em sua função perante à sociedade, temor esse que foi alimentado em diversos momentos pelos próprios blogueiros, que se

assumiam como jornalistas sem ter preparação formal para o exercício da profissão (BAVIERA, 2008, p. 190), o que acabava por estimular uma suposta rivalidade entre ambas práticas.

Este tipo de entendimento da situação foi dominante até o crescimento significativo do número de *blogs* utilizados para coberturas jornalísticas, o que se deu a partir de 2001 e especialmente em 2003. Por esta época é que começa a se pensar o *blog* tendo em vista sua relação com a atividade jornalística. Uma das primeiras a questionar-se a respeito foi a pesquisadora Rebecca Blood, também uma das primeiras blogueiras dos Estados Unidos⁶⁰. Desde o princípio, Blood (2002a; 2003; 2004) faz a distinção necessária entre jornalismo e publicação pessoal, ao classificar o *blog* como, primeiramente, um meio de comunicação pessoal, que pode vir a ser também jornalismo, mas não do jeito que, na época de seus artigos, acontecia na web:

“Apesar de considerar os weblogs como um componente vital de uma rica dieta midiática, no fim das contas, weblogs e jornalismo são simplesmente coisas diferentes. O que os weblogs fazem é impossível para o jornalismo tradicional de reproduzir, e o que o jornalismo faz é impraticável de ser feito em um weblog. Para mim, reportar notícias consiste em entrevistar testemunhas e especialistas, checar fatos, escrever uma perspectiva original sobre um assunto, e supervisão editorial: o repórter pesquisa e escreve a história, e seu editor assegura-se de que ela está de acordo com suas expectativas. Cada passo é desenvolvido para se alcançar um produto consistente que é divulgado de acordo com os padrões da agência de notícias. Weblogs não fazem nada disso⁶¹” (BLOOD, 2003a, on-line).

⁶⁰ Rebecca Blood mantém o blog <http://www.rebeccablood.net> desde 1999. Foi uma das primeiras a estudar os weblogs, autora do artigo *Weblogs: A history and perspective* (2000), uma das primeiras referências acadêmicas sobre o blog e até hoje uma das mais citadas.

⁶¹ “While I consider weblogs a vital component of a healthy media diet, in the end, weblogs and journalism are simply different things. What weblogs do is impossible for traditional journalism to reproduce, and what journalism does is impractical to do with a weblog. To my mind, news reporting consists of interviewing eyewitnesses and experts, checking facts, writing an original representation of the subject, and editorial review: The reporter researches and writes a story, and his editor ensures that it meets her requirements. Each step is designed to produce a consistent product that is informed by the news agency's standards. Weblogs do none of these things. Weblogs have no gatekeepers. They are generally produced in the maintainer's

Blood concluía que “*weblogs* e jornalismo são simplesmente coisas diferentes. O que os *weblogs* fazem é impossível para o jornalismo tradicional de reproduzir, e o que o jornalismo faz é impraticável de ser feito em um weblog” (BLOOD, 2003a, on-line).

Outros dos pioneiros na discussão, J.D. Lasica (2002, on-line) manifesta a possibilidade da atividade blogueira vir a ser uma espécie de “jornalismo amador”. Jornalismo e *blogs* são coisas distintas, salienta Lasica, mas que precisam um do outro (LASICA, 2003a) e que se relacionam através de uma relação simbiótica (2003b, on-line). Melissa Wall (2004) e Thomas Haas (2005), por vias diferentes, seguem na mesma linha do pensamento de Lasica; Wall (2004, on-line) trazendo a metáfora dos *blogs* como *black market journalism*, que funcionaria como uma espécie de mercado negro e informal do jornalismo, onde a entrada seria facilitada para os “pequenos jogadores” – no caso, os jornalistas-blogueiros; e Haas (2005), por sua vez, falando de *folk journalism*, um tipo de jornalismo feito do público para o público, com interesses e práticas diferenciadas do jornalismo tradicional.

Observa-se que as primeiras análises teóricas sobre a relação *blog* e Jornalismo avaliam o meio *blog* em geral, sem especificar quais os tipos de *blogs* de que se está tratando. É assim que o pesquisador argentino José Luís Orihuela, um dos principais estudiosos dos *blogs* na academia, diz que o debate se os *blogs* são jornalismo *per se* está mal colocado (2006), com o que também concordam Blood (2003) e Rosen (2005). Para os três autores, não é qualquer *blog* que pode ser considerado Jornalismo, e sim um tipo de *weblog* específico. E para que este *blog* seja considerado Jornalismo, Orihuela (2006, p. 155) afirma que um *blog* deve seguir determinadas regras da profissão que também podem ser praticadas pelos *weblogs*. Caso contrário, continua Orihuela, assim como ocorre em qualquer outra atividade profissional quando uma pessoa não tem o conhecimento para praticá-la e, portanto, não tem como adotar as normas éticas e profissionais dela, um blogueiro também não fará Jornalismo se não respeitar estas mesmas normas referentes ao Jornalismo. A chave do problema se encontra em “separar o meio do gênero e perguntar-se quando existe Jornalismo. Aqueles *weblogs* que

spare time. Webloggers do not employ fact checkers, and they answer to no one but themselves. Neither do webloggers”. (BLOOD, 2003a, on-line).

são Jornalismo não são por ser *blogs*, mas por outras razões⁶², (ORIHUELA, 2006, p. 156).

Num segundo momento, as discussões passam a tratar das transformações em processo no Jornalismo com o advento da blogosfera jornalística. A revista *Nieman's Report*⁶³ publicou um dossiê especial sobre o assunto em 2003, que desde então se tornou uma das principais referências acadêmicas para a discussão do tema. Nele, 18 jornalistas e pesquisadores tratam de contar experiências de uso de *blogs* no jornalismo (ALLBRITTON, 2003, p.82-85; GILLMOR, 2003, p. 79-81; LENNON, 2003, p. 76-79; OLAFSON, 2003, p. 91-92 e WILLEY, 2003, p.88-90) e apresentam os *blogs* como reveladores de alguns dos pontos fracos da área (REGAN, 2003, p.68-70), indutores de uma transparência até então inédita no Jornalismo (GRABOWICZ, 2003, p. 74-75), como uma volta às origens simples da atividade (MITCHEL, 2003, p.63-67; REYNOLDS, 2003, p.81-82) ou como uma reabertura dos jornalistas às suas fontes, que costumam saber muito mais do que os próprios profissionais (WENDLAND, 2003, p. 94-95).

Nos anos seguintes, a consolidação do uso do *blog* para fins jornalísticos propiciou a expansão das funcionalidades do meio dentro do Jornalismo. São criados *blogs* para as mais variadas funções: de versões on-line de colunas impressas – o uso mais comum – a *blogs* de editorias específicas; de *blogs* de charges jornalísticas aos dedicados a coberturas de eventos temporários; de notícias sobre regiões específicas aos de observatório de mídia. Começa-se a apontar diferenças entre o tipo de jornalismo produzido nos *blogs* e em outros meios. Uma das principais diferenças observadas no Jornalismo produzido nestes *blogs* para o Jornalismo tradicional é a relativa independência dos blogueiros com relação às organizações jornalísticas (LOWREY, 2006). É fato que o estímulo à criação de *blogs* por parte de uma empresa jornalística acontece principalmente através do retorno financeiro que estes podem lhes render a partir do aumento do tráfego do jornal on-line. Porém, os *blogs*, quando criados, obedecem a uma lógica mais livre na escolha dos conteúdos a ser noticiados do que em outros produtos do jornal; filtram a informação subjetivamente e individualmente a partir do seu criador, e

⁶²“Separar el medio del género y preguntarse cuándo hay periodismo. Aquellos weblogs que son periodismo, no lo son por ser weblogs, sino por otras razones”(ORIHUELA, 2006, p. 156).

⁶³ Esta edição da revista está disponível no endereço

<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03NRfall/V57N3.pdf>. Acesso em: 12 abril 2009.

não através da instituição (GILLMOR, 2004; MATHESON, 2004; HAAS, 2005; SINGER, 2005). O controle exercido pela empresa se dá mais no sentido de uma cobrança de periodicidade na atualização do que na escolha dos assuntos a no tipo de enfoque a dar nas postagens, o que determina, como afirma Lowrey (2006), maior independência dos *blogs* em relação às organizações jornalísticas do que à de outros produtos, como, por exemplo a notícia ou a reportagem.

Outros estudos acadêmicos sugerem, a partir das diferenças do Jornalismo produzido nos *weblogs* jornalísticos, que o *blog* já estaria transformando o Jornalismo através do uso de um tipo mais conversacional, dialógico e descentralizado de notícia, o que, por sua vez, estaria oferecendo ao Jornalismo um ponto de vista multiperspectivo e intertextual (GANS, 2003; MATHESON, 2004; BRUNS, 2005).

Estas transformações no Jornalismo são apresentadas de outra forma por Sofi (2006) e Palacios (2006a). Os dois pesquisadores apontam para uma série de efeitos de questionamento da ordem do *habitat* do campo jornalístico, alargando-o para três direções distintas, que por sua vez podem indicar três novas formas de se fazer jornalismo: *jornalismo difuso*, *lateral* e *colaborativo* (SOFI, 2006; PALACIOS, 2006a). As questões levantadas dizem respeito a problemas centrais na deontologia jornalística, como o lugar da emissão da informação jornalística e quem deve ocupar este lugar e a maior pluralidade de vozes no momento da produção da notícia, como também nos processos de apuração, redação, edição e circulação das informações jornalísticas, assuntos que serão abordados nos próximos capítulos desta dissertação.

1.5. O Jornalismo incorpora o *blog*: o *blog* jornalístico

A definição do que vem a ser um *blog* jornalístico passa, como se pode notar, por três etapas principais: 1) o crescimento exponencial do uso do *blog* a partir dos anos de 1999-2001; 2) a adoção do *blog* na prática profissional jornalística a partir principalmente de 2003; e, por fim, 3) a incorporação do *blog* ao jornalismo, ocasionada pela adequação do meio à deontologia jornalística, o que dá origem a criação do *weblog* jornalístico.

Na Universidade, a incorporação do *weblog* à instituição Jornalismo acontece através da elaboração do conceito e da identificação das características do *weblog* jornalístico. Uma das

primeiras tentativas nesse sentido foi a realizada por Quadros, Rosa e Vieira (2005). As três pesquisadoras apontam os *blogs* como um novo tipo de Jornalismo onde o mais importante não é como a matéria foi produzida - se foi retirada de outros veículos jornalísticos, se foi apurada pelo próprio blogueiro – mas o que importa mesmo é a informação. Daí que, a partir de uma classificação prévia de *blogs* feita por Scott (2004) em protótipos de *blogs* e *blogs* contemporâneos, elas definam os *blogs* jornalísticos como *blogs informativos de cunho noticioso e opinativo* (QUADROS, ROSA E VIEIRA, 2005, on-line).

Em outra análise, realizada pelo pesquisador espanhol Rafael Polaino (2007), a divisão entre *blog* informativo e *blog* jornalístico é feita através da diferenciação entre informação e informação jornalística. Polaino vai ao dicionário da Real Academia Española para definir informação como “Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada”. A partir deste ponto e da conceituação de informação jornalística por Leñero y Marín⁶⁴ como sendo “pertenciente o relativo al periódico o al periodista”, Polaino define o *blog* jornalístico como “aquele que informa sobre fatos de interesse público, seguindo as normas básicas de redação jornalística ao responder às famosas Ws de forma periódica e verossímil, ademais de oportuna⁶⁵” (POLAINO, 2007, p. 523).

Mais recentemente, Escobar (2009) situa o *blog* como uma nova categoria dentro do webjornalismo, e o define assim:

“blogs jornalísticos são aqueles cujos endereços são públicos, estando acessíveis a qualquer pessoa com acesso à internet; que se destinem, na totalidade ou na maior parte do tempo, a divulgar acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse; e, ainda, cujos blogueiros tenham a preocupação e se esforcem para:

a) disponibilizar frequentemente conteúdos novos, ainda que sem periodicidade fixa ou determinada;

⁶⁴ O Conceito de informação jornalística usado é o de LEÑERO y MARÍN, Manual de Periodismo. Gribaljo, México, 1985, p. 17-18.

⁶⁵ No original em espanhol, “Aquel que informa sobre hechos de interés publico siguiendo las normas básicas de la redacción periodística al responder a las famosas Ws de forma periódica y verossímil además de oportuna” (POLAINO, 2007, p. 523).

b) e divulgar seus “blogs/lugares”, tornando-os endereços na web amplamente conhecidos com o intuito de atrair um número expressivo de internautas, ou seja, uma grande audiência (que na internet é expressa por número de *page views*). (ESCOBAR, 2009, p. 225-226)

A partir da delimitação do que é um *weblog*, definição apresentada anteriormente neste capítulo, toma-se o conceito de Escobar (2009) como base para a identificação do que seja um *blog* jornalístico. É a partir deste conceito que vai se analisar, nos capítulos seguintes, as características do *blog* jornalístico no que diz respeito às etapas que caracterizam o processo de produção no jornalismo – a apuração, a produção (redação e edição) e a circulação.

CAPÍTULO DOIS

APURAÇÃO NOS *BLOGS* JORNALÍSTICOS

O capítulo anterior tratou do processo de desenvolvimento de um tipo específico de *weblog*, o *weblog* jornalístico, que teve como etapas principais a descoberta, a adoção e incorporação do meio *blog* pelo jornalismo. Ao fim, foi apresentado um conceito de *blog* jornalístico, que delimita teoricamente que tipo de *blog* se fala quando se refere a prática de jornalismo em *blogs*. A partir da identificação do *blog* jornalístico como sendo uma nova categoria de webjornalismo (ESCOBAR, 2009), o presente capítulo centra-se na apuração das informações nos *weblogs* jornalísticos. São perguntas que tentarão ser respondidas neste capítulo: quais são as características mais comuns encontradas na apuração da informação nos *weblogs* jornalísticos? Como os jornalistas que editam *blog* buscam e checam a informação? Quais as diferenças para outros meios nas escolhas de fontes e no processo de coleta de dados nestes *blogs* jornalísticos? Quais os “tipos” de apuração que podem ser encontrados na blogosfera jornalística brasileira?

2.1. O processo de apuração nos *blogs* jornalísticos

Apurar e avaliar a informação sempre foram considerados como essenciais na atividade jornalística. Precisão e credibilidade, “a fundação do contrato não dito mas permanente de qualquer organização jornalística para com sua audiência⁶⁶” (FRIEND & SINGER, 2007, p.54), demandam informações confiáveis - obtidas de provas convincentes e verificáveis – apresentadas de maneira onde prevaleça o equilíbrio e a transparência. Se existem divergências entre como deva ser esta apresentação equilibrada das informações, há consenso entre todas as partes envolvidas (jornalistas, fontes, público) de que práticas como esconder fontes, encobrir manipulações de dados e desrespeitar e alterar falas de entrevistados são ações claramente contrárias a qualquer tentativa de veracidade pretendida pelo jornalismo.

Nos *weblogs* jornalísticos, especialmente nos casos brasileiros analisados nesta pesquisa, nota-se que há um convívio de diversos tipos de apuração, a depender da característica de cada *blog*. Por exemplo: há

⁶⁶ No original, “the foundation of any news organization’s unspoken but enduring contract with its audience” (FRIEND & SINGER, 2007, p.54).

casos em que a apuração é feita da mesma maneira do que em outros meios, e que o fato do conteúdo ser veiculado no *blog* traz mínimas diferenças no processo de busca e revelação das informações, como acontece no *Blog do Noblat*. Há outras situações em que raramente se faz uma apuração especificamente para o *blog*, e sim se aproveitam informações recebidas diretamente de fontes ou obtidas em um outro processo de busca – realizado para outro local onde o editor do *blog* trabalha – e se complementa, normalmente com opinião ou com trechos que evocam a primeira pessoa de quem está escrevendo, casos do *Mundo Livro*, do *Blog do Juca*, do *PE Body County*, do *Notas Musicais* e do *RS Urgente*. Por fim, existem os casos – exemplificados aqui pelo *Blog do Gjol* e *Tiago Doria Weblog* - em que se faz uma apuração que tanto o processo de busca quanto de consulta às fontes são baseados na web. Nestes casos, tem-se potencializado a transparência, que é manifestada na prática costumeira de revelação do percurso de busca das informações através dos links direcionados à fonte original da informação (FRIEND & SINGER, 2007), prática que também contribui para a disciplina da verificação, o que segundo Kovach & Rosentiel (2004), “é o que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da literatura ou da arte” (KOVACH & ROSENTIEL, 2004, p. 31).

As diferenças observadas na apuração dos weblogs jornalísticos são decorrências primeiramente da liberdade com que o *blog*, sendo um meio eminentemente pessoal, permite ao jornalista no que diz respeito ao seu modo de atuação. Em um segundo momento, observa-se que essas diferenças – e outras tantas encontradas em praticamente todas as características do *blog* jornalístico - se explicam pelo pouco tempo de incorporação do *blog* ao Jornalismo. Os padrões de conduta para um *blog* jornalístico estão sendo organizados na medida em que o Jornalismo assimila a entrada do novo meio (SINGER, 2005; LOWREY, 2006).

A incorporação do *weblogs* pelo Jornalismo aconteceu principalmente a partir de 2003, com a assimilação do novo meio pelas empresas jornalísticas. Quando Blood (2003), Rosen (2005) e Orihuela (2006), dizem que um *weblog* só pode ser Jornalismo se respeitar as normas deontológicas e éticas da profissão, assim como ocorre com qualquer outra prática profissional que tem uma noção histórica que não pode ser desrespeitada, eles sugerem que o *blog* só passará a ser Jornalismo quando também nele valerem as mesmas normas deontológicas e profissionais que valem para o Jornalismo.

A pesquisadora estadunidense Jane B. Singer (2005), com outras palavras, aponta que atualmente está ocorrendo um processo de “normalização” do *blog* pelo jornalismo, um fenômeno que se caracteriza pela adequação do meio às normas da prática profissional jornalística. Segundo Singer (2005), “o *blog* está sendo normalizado como um componente e, em certos aspectos, como um reforço das normas e práticas do jornalismo tradicional – embora normas e práticas que acomodem jornalistas que não são repórteres⁶⁷” (SINGER, 2005, p. 193).

A constatação da pesquisadora é útil aqui pois permite diferenciar aqueles *blogs* que estão mais “normalizados” pelo Jornalismo – ou seja, que continuam tendo a mesma prática jornalística que a de outros meios – e aqueles que souberam adaptar as peculiaridades do *blog* e da web para a modificação de sua prática jornalística. No que diz respeito especificamente à busca de informações, esta diferenciação é perceptível nos três tipos de apuração encontrados nos *blogs* jornalísticos. Casos como o do *Blog do Noblat*, por exemplo, caracterizam-se por terem um grau maior de “normalização” do *blog* pela prática jornalística, de modo que a diferença é pouca para a apuração em outros meios. No lado oposto ao de Noblat está o *Tiago Doria Weblog*, com um grau bem menor de “normalização” do *blog*, que se traduz em práticas - como a de utilizar links para as suas fontes sempre que possível, indicando com mais transparência o percurso utilizado para obter determinada informação – mais próximas das encontradas na blogosfera tradicional não-jornalística do que as utilizadas pelo jornalismo produzido para a web. Entre os dois opostos estão os outros *blogs* analisados, alguns bem mais próximos de uma apuração igual à realizada pelo Jornalismo, portanto com maior grau de “normalização” da prática jornalística no *blog*, casos do *Blog do Juca*, do *PE Body County*, do *Notas Musicais* e do *Mundo Livro*, e outros com práticas de busca da informação mais próximas às encontradas na blogosfera, portanto menos “normalizadas”, casos do *RS Urgente*, do *Blog do Gjol* e do *Tiago Doria Weblog*.

Para melhor compreensão, nos tópicos subsequentes deste capítulo apresenta-se três modos distintos de apuração identificados nos *blogs* jornalísticos analisados.

⁶⁷ “the blog is being normalized as a component, and, in some ways, an enhancement of traditional journalistic norms and practices – albeit norms and practices that accommodate journalists who are not news reporters” (SINGER, 2005, p. 193).

2.2. Apuração “tradicional”

Por apuração entende-se aqui o processo de busca e investigação de informações a serem veiculadas em qual seja o produto jornalístico, dividida por Costa Jr. (2006, p. 78) em quatro fases: *Elaboração da pauta*, onde se organiza a pauta através de uma pista e de uma sondagem inicial; *Pré-produção*, onde se faz a análise das fontes e a primeira abordagem à estas; *Produção*, onde se confronta a informação obtida com outras fontes e se realiza o processo de checagem dos dados obtidos; e *Pós-produção*, onde se escreve, edita e se faz a produção visual da matéria. O adjetivo “tradicional” está aqui colocado para indicar quando a apuração jornalística realizada nos *weblogs* jornalísticos não muda – ou pouco muda - em relação àquela realizada para outros “Jornalismos” como o telejornalismo, o radiojornalismo ou o jornalismo impresso, seja no meio de obtenção das pautas, na abordagem às fontes de origem da informação ou no processo de confrontação das informações apuradas.

Nos *blogs* jornalísticos, a *apuración tradicional* está ligada ao contexto de criação dos *weblogs* e ao grau de “normatização” do meio blog em relação à prática e a deontologia jornalística (SINGER, 2005). Observa-se que aqueles jornalistas que tem *blog* com um alto grau de normatização tem tendência à reproduzir os mesmos procedimentos práticos utilizados para a busca da informação publicadas em outros meios, independente das especificidades do veículo. Eles consultam fontes, buscam pautas e confrontam informações dos mesmos modos que faziam quando atuavam (ou ainda atuam) no jornalismo impresso ou no telejornalismo: pessoalmente ou por telefone. Nestes casos, o *blog* é, principalmente, um meio de veiculação de produtos jornalísticos, e pelo menos no que diz respeito ao processo de busca das informações, não apresenta especificidades significativas em relação a outros meios.

Nota-se que uma série de fatores justificam esse tipo de apuração, dentre os quais destaca-se aqui: 1) a relação com as fontes de informação, construída através dos anos a partir do contato pessoal ou mediado por outros mecanismos que não o ciberespaço; 2) a relativa exclusividade das informações que publicam, só obtidas através de uma contato pessoal com a fonte; 3) a pouca confiança nas informações obtidas única e exclusivamente através da rede; 4) o fato de que, na área de cobertura do *blog*, as informações não estão totalmente

disponibilizadas na rede, de modo que há a necessidade de se recorrer a mecanismos como o telefone ou o encontro pessoal, supostamente mais íntimos, para a busca destas informações; 5) os jornalistas não terem acesso a mecanismos de busca específica para o Jornalismo, ou, ainda, terem dificuldades para se adaptar às novas tecnologias, pois trabalhar com computadores requer uma forma diferente de pensar, mais metódica e inicialmente menos intuitiva do que sem o uso desta tecnologia (HOUSTON 1996, p. 7).

Os tipos mais encontrados de *blogs* jornalísticos que apresentam as características da *apuração tradicional* são aqueles editados por jornalistas já experientes que mantinham (ou mantiveram) colunas em outros meios que migraram para a web e que guardam as características do formato em que produziam – quando a coluna ainda existe, é comum os jornalistas publicarem também o conteúdo da coluna no blog. São *blogs* caracterizados principalmente como “colunas que migraram para web” e se tornaram mais dinâmicas e interativas, com a possibilidade de atualização contínua e a possibilidade de inserção de comentários dos leitores (PALACIOS, 2006 b, on-line; DOMINGO & HEINONEN, 2008, on-line).

Dentre os *blogs* estudados para este trabalho, o *Blog do Noblat* destaca-se como um exemplo deste tipo de apuração. Ao contrário da maioria dos *blogs* jornalísticos, a estrutura de produção do *blog* é coletiva: além do editor, há dois repórteres para a apuração das informações: “um fica muito pelo congresso e o outro fica mais solto, onde tiver notícia. Essas informações são me passadas normalmente por telefone” (NOBLAT, 2006, on-line). Observa-se também que o *blog* é um dos poucos que mantém um planejamento rígido, que em pouco difere daquele realizado em um jornal on-line⁶⁸. Este planejamento não

⁶⁸ A “programação” do Blog do Noblat começa pela madrugada com um *clipping* com algumas notícias que entram nos portais da *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*. Pela manhã, há a seção “*Bom Dia*”, um vídeo com alguma música, geralmente relacionada à data em questão; seguem-se mais *clippings* de notícias publicadas pela manhã nos mesmos jornais de antes, as seções *Agenda do Presidente Lula*, *Música do Dia*, *Charge*, *Artigos*, *Enquete*, *Vale a pena acessar* (com dicas de *blog*), *Obra-prima do Dia* (quadros de artistas geralmente consagrados). À tarde, seguem-se mais *clippings*, duas seções pré-estabelecidas por dia (Crônica, Carta de Paris, dentre outras que variam diariamente), uma notícia (ou comentário) a cargo de Noblat, a seção *Hora do Recreio* (vídeos musicais ou de trechos de filmes, normalmente), mais *clippings* (ou notícias/comentários de Noblat, que variam de acordo com os acontecimentos do dia). À noite, seguem-se notícias clipadas de outros portais com as escritas por Noblat e sua equipe com mais duas sessões fixas: *Foto do dia* e *Poesia do Dia*, que costuma encerrar a “programação” diária do *Blog do Noblat*.

é estanque, mas nota-se que ele raramente muda; das três semanas que o *blog* foi observado para esta pesquisa, o número de postagens permaneceu o mesmo em 15 dos 21 dias analisados. Nos outros, a diferença não excedeu quatro postagens, para mais ou para menos. Isso demonstra, também, o alto grau de normatização do *Blog* do Noblat, a ponto dele manter uma estrutura que funciona de forma muito parecida a outros veículos jornalísticos. Estrutura essa que, por sua vez, ainda é estranha aos *blogs* jornalísticos, porque de alguma forma terceiriza algo que nasceu tendo como principal característica a personalização e a veiculação de conteúdo imbuído da pessoa do autor⁶⁹.

O fato de contar com esta equipe de trabalho permite ao *Blog* do Noblat fazer a cobertura de uma gama de assuntos que vai além daquele a qual o *blog* é focado – política e economia nacional –, o que é demonstrado pelo número de seções no *blog* que não tem vinculação direta com estes assuntos. O principal critério para a seleção das pautas que serão abordadas no *blog* é, em suma, aquele que Noblat vai definir:

“Acho que no *blog* o espaço do que é notícia é muito mais amplo, por não existirem regras, do que nos meios convencionais. (...) Se vou cobrir do *blog*, tenho a preocupação de descrever o que está acontecendo, até porque estou fazendo aquilo em tempo real, então tenho vários posts a colocar. Vou opinar sobre o que está acontecendo; tentarei enxergar detalhes que irão escapar da narrativa do jornal. Escaparão não porque os jornais proíbam seus repórteres de reparar esses detalhes, mas porque simplesmente eles não enxergam” (NOBLAT, 2006, on-line).

⁶⁹ Embora sejam exceções, salienta-se que existem outros *blogs* jornalísticos que guardam as mesmas características do de Noblat, usando de repórteres do jornal em que trabalham para, em algumas situações, apurar as informações, de modo que fica a cargo do editor – aquele que carrega o “nome do *blog* – receber estas informações, editá-las quando necessário e publicá-las no *blog*. São exemplos conhecidos desse tipo de situação o *Blog do Moreno* (<http://oglobo.globo.com/pais/moreno/>), de Jorge Bastos Moreno, vinculado ao portal *Globo Online*; *Nos bastidores do Poder* (<http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/>), de Josias de Souza, vinculado à *Folha Online*; *Blog da Rosane*, http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&source=DYNAMIC.blog.Blog.DataServer.getBlog&pg=1&template=3948.dwt&tp=§ion=Blogs&blog=218&tipo=1&col_dir=1&topo=3951.dwt, de Rosane de Oliveira, vinculado à *Zerohora.com*, dentre outros.

A partir da afirmação de Noblat e da característica da personalização que se faz presente nos *blogs*, é possível entender que há maior liberdade de seleção das pautas no *blog* jornalístico do que em outras categorias do webjornalismo. Emerge como especificidade na seleção das pautas nos *blogs* jornalísticos a potencialização dos critérios pessoais do jornalista-blogueiro para a seleção dos fatos a serem noticiados; aqui parece valer a máxima cínica de que “é notícia aquilo que o jornalista acha que é notícia”, que Gieber (2000) trata no texto clássico “*News is What Newspapermen make it*”(TUMBER,2000) ⁷⁰. Um exemplo dessa situação é a declaração de Juca Kfourri, outro dos casos analisados para este trabalho, conhecido colunista e comentarista de futebol. Ao falar sobre os critérios que orientam sua escolha para a publicação do *blog*, Kfourri diz que “no mais das vezes, os critérios não mudam. Mas eu não daria no jornal, por exemplo, que o Ronaldo quebrou a tradição do restaurante Paulistano ao entrar nele de bermudas. No *blog* eu dei e ainda fez sucesso” (KFOURI, 2009).

Pode-se entender esta maior liberdade na seleção dos fatos por parte dos *weblogs* jornalísticos de duas formas: a primeira, como a emergência de uma nova modalidade de Jornalismo, o *jornalismo de recuperação da informação residual*, ou “*jornalismo lateral*”, (SOFI, 2006; PALACIOS 2006 a; FOLETTO, 2007), que tem disposição a dar visibilidade a notícias, eventos e fatos que não ganham relevância oportuna na mídia tradicional – ou que não ganhariam destaque num meio focado numa área específica. A partir do momento que, num *weblog* jornalístico como o *Blog do Juca*, é noticiado que o jogador Ronaldo quebrou a tradição de um restaurante paulistano por usar bermudas, e na coluna diária que Juca mantém no jornal *Folha de S. Paulo* isso não é veiculado, há um “afrouxamento” dos critérios jornalísticos que são usados na seleção daquilo que vai publicado no *blog*. A autonomia do jornalista-blogueiro na escolha dos fatos a serem noticiados faz com que apareçam elementos diferenciados e mais pessoais nos critérios de noticiabilidade do *blog*.

A segunda forma possível de entender esta situação é a mistura com que se faz do que é jornalismo e do que é entretenimento. O *blog* jornalístico, nesse sentido, pode ampliar ainda mais a já complicada

⁷⁰ GIEBER, Walter. News is What Newspaper men make it in Tumber. In: HOWARD, Tumber. News; a reader. London; Oxford University Press, 2000. (p. 218-223).

relação do que é de interesse público – e que, portanto, interessa ao Jornalismo – e do que é interesse privado⁷¹.

Com relação à escolha das fontes usadas para a produção das postagens, os blogs que são identificados aqui no tipo de *apuração “tradicional”* não apresentam especificidades significativas em relação a outros meios. Especialmente no caso do *Blog do Noblat*, constata-se que o uso das redes para a busca e a investigação de informações, que poderia diversificar a escolha de fontes, acontece de maneira incipiente; o potencial do ciberespaço, que, como diz Machado (2003), “implode com a lógica do predomínio das fontes profissionais porque transforma os próprios usuários em fontes não menos importantes” (MACHADO, 2003, p. 28), quando é utilizado, é para a busca de informações complementares àquelas obtidas através das fontes tradicionais - como, por exemplo, às da vida e obra de um músico brasileiro que é tema da seção “*Música do Dia*”, ou as de um poeta da seção “*Poesia do Dia*”. A informação exclusiva, ou mesmo aquela que venha a ser a matéria prima do *post*, é obtida através de fontes profissionais, oficiais e oficiosas⁷², raramente através de fontes alternativas ou independentes disponíveis na web ou dos próprios usuários do *blog* através de ferramentas como a caixa de comentários⁷³.

O escasso uso do ciberespaço para diversificar a escolha de fontes no *Blog do Noblat* e em outros identificados com características semelhantes (e que cobrem a mesma área de interesse) pode ser explicada por diversos fatores, dentre os quais destaca-se dois:

1) a natureza das informações no foco da cobertura de Noblat, o noticiário político, que, segundo Lage (2001) “com exceção dos resultados eleitorais ou de votações, baseia-se em entrevistas, com ou sem identificação dos entrevistados” (LAGE, 2001, p. 116). Entrevistas que, frequentemente, necessitam de uma relação pessoal, de confiança, entre jornalista e fonte, o que é mais comumente estabelecido através do contato pessoal ou por telefone;

⁷¹ Sobre a relação da notícia como entretenimento, ver ARBEX JR, José. *Showrnalismo: A notícia como espetáculo*. São Paulo; Casa Amarela, 2001.

⁷² Lage (2001, p. 63) classifica como três os tipos de fontes utilizados pelos jornalistas: oficiais, que seriam os Governos, organizações, sindicatos, organizações; oficiosas, relacionadas diretamente com o assunto mas sem poder formal de representação; e independentes, sem vínculo direto com o caso tratado.

⁷³ O jornalista Ricardo Noblat afirmou, na entrevista realizada para este blog, que nunca houve uma informação nova, exclusiva, que tenha sido encontrada na seção de comentários de seu blog. Se uma pessoa que comenta em seu blog tem uma informação deste tipo, afirma Noblat, ela o procura separadamente, através de e-mail ou telefone.

2) a dificuldade de estabelecer critérios confiáveis para avaliação das fontes no ciberespaço: “Na rede, o jornalista de vasta experiência profissional não pode avaliar todas as fontes consultadas usando mão de critérios tão rigorosos como os que aplica – ou deveria aplicar – nas fontes tradicionais⁷⁴” (BORRAT & FONTCUBERTA, 2006, p. 272). Observa-se que Noblat, jornalista com mais de quarenta anos de experiência em jornalismo, especialmente na cobertura do noticiário político, prefere a tranquilidade do seu “caderninho de fontes” ao risco de buscar na rede novas fontes em que não possa averiguar a credibilidade da mesma forma com que faz fora da internet.

Este predomínio das fontes tradicionais em blogs como o de Noblat explica-se, também, pelo fato de se estar em um período de transição, onde jornalistas e fontes estão se acostumando com o entorno do ciberespaço. Um caso de um rumor que é desmentido ou outro tipo de informação que é publicada errada na internet faz com que, como aponta Callahan (2003, p. 9) muitos – sejam jovens ou jornalistas experientes – passem a crer imediatamente que tudo na web não têm mais credibilidade. “Acreditar ou desacreditar em uma informação simplesmente porque ela foi obtida na internet é equivalente a rejeitar ou não aceitar uma informação somente porque ela foi obtida de um jornal, livro ou revista⁷⁵ (CALLAHAN, 2003, p. 9). Neste aspecto, a criação de mecanismos de averiguação das fontes de informação nas redes se faz essencial para o futuro do ciberjornalismo, na medida em que “o exercício do jornalismo nas redes telemáticas depende do estabelecimento de critérios capazes de garantir a confiabilidade do sistema de apuração dentro de um entorno com as especificidades do mundo digital” (MACHADO, 2003, p. 25).

O próximo procedimento realizado no processo de apuração, a checagem das informações e dados, nos *blogs* jornalísticos onde ocorre a *apuração “tradicional”* ganha em importância por conta da questão da personalização presente no *blog*, como salienta Noblat:

“O *blog* te ensina a ter um cuidado extra porque ali é você e o leitor, não há desculpa a

⁷⁴ “En la rede, el periodista de larga travesía no puede evaluar todas las fuentes consultadas echando mano a criterios tan rigurosos como los que aplica – o debería aplicar – a las fuentes tradicionales” (BORRAT & FONTCUBERTA, 2006, p. 272).

⁷⁵ No original, “Dismissing or accepting information simply because it was obtained from the internet is the equivalent of rejecting or embracing information simply because it came from a newspaper, book, or magazine” (CALLAHAN, 2003, p. 9).

oferecer pelos erros. No jornal, no rádio, na TV, um erro costuma ter muitos pais, a culpa é distribuída, diluída. No *blog*, não. Você não pode dizer que outra pessoa apurou, o diagramador pôs no lugar errado ou o editor titulóu mal. É você e pronto. Seus erros são seus. (NOBLAT, 2006, on-line)

Nestes *blogs*, dada à impossibilidade técnica e estrutural de se manter uma pessoa exclusivamente para este fim, o sistema de verificação da informação publicada nas postagens acaba sendo de responsabilidade maior do jornalista que edita (e que normalmente leva o nome do blog). No caso específico do *Blog do Noblat*, a média de 30 postagens diárias, mais de um por hora, torna o *blog* mais passível de erros, já que a incidência destes cresce na medida em que aumenta a velocidade da publicação das notícias (CASTILHO & VANZIN, 2008, on-line). Assim, muitas vezes acontece de os próprios usuários avisarem dos erros encontrados no *blog*, que advertem do equívoco utilizando dos mecanismos de interação oferecidos, como o comentário ou o e-mail. Quando encontrado, o erro vem a ser corrigido de duas formas: faz-se uma errata na própria postagem, ou em outra subsequente, avisando da imprecisão no texto e a corrigindo-a⁷⁶; ou arruma-se a parte do texto onde continha o erro sem avisar, usando-se de uma nova atualização no blog.

A primeira situação é prática comum nos *weblogs*, e, inclusive, é um dos pontos centrais de um dos códigos de ética da blogosfera (BLOOD, 2002 a). É uma estratégia que traz credibilidade ao *blog*, na medida em que respeita o usuário que viu e avisou do erro, e denota transparência na relação entre o blogueiro e os usuários, porque assume as falhas ao invés de escondê-las. Nota-se também que é um tipo de prática que têm-se tornado comum também nos *weblogs* jornalísticos, a ponto dos blogs mais “normatizados” pelo jornalismo, caso do *Blog do Noblat*, estarem também adotando esse procedimento.

⁷⁶ Outro expediente tomado é o de riscar o trecho errado em questão, opção disponível em ferramentas de publicação de *weblogs* baseados no *Wordpress*, disponibilizado gratuitamente na web.

2.3. Apuração “complementar”

Os *blogs* jornalísticos que apresentam um tipo de apuração que aqui se nomeia de “complementar” são principalmente aqueles editados por jornalistas que trabalham para outro meio ao mesmo tempo que para o *blog*. A preferência da apuração é destinada a este outro meio, com o *blog* ficando em segundo plano. Isso se dá muitas vezes porque a remuneração do jornalista é paga através do trabalho nestes outros meios, o que, de modo natural, restringe o tempo e o esforço de apuração para o *blog* – trabalha-se, então, para outro meio *e também* para o *blog*. Assim, as informações necessárias para a produção dos textos jornalísticos para o *blog* acabam por ser obtidas através da apuração realizada para a produção de conteúdo nestes outros meios, o que leva o *blog* a aproveitar as informações mais do que a buscar novas.

O aspecto da complementariedade destes *blogs* para com outros meios pode ser visto com relação à escolha dos temas tratados nas postagens. No caso específico do *Mundo Livro*, por exemplo, nota-se que parte das postagens são pautadas por aquele conteúdo publicado na edição impressa de *Zero Hora* dentro do tema literatura: das 11 postagens realizadas nas três semanas de análise, cinco delas tinham relação direta com matérias publicadas no jornal. Isso exemplifica a função complementar que o *blog* exerce junto ao impresso e determina que parte do processo de planejamento do *blog* se dá em função do planejamento da edição impressa – que é realizada com a contribuição do mesmo jornalista, Carlos André Moreira, que é editor de livros no Segundo Caderno de *Zero Hora* e editor do *blog Mundo Livro*.

As sete postagens restantes, que não tem relação direta aquele conteúdo publicado no jornal, indicam que a outra parte do planejamento da publicação é feito de maneira autônoma, a partir do que o editor do *blog* considera como interessante de ser veiculado no *blog*, ou a partir do que os colaboradores propõem ao editor, que, de modo bastante livre, avalia ou não a pertinência da publicação. Há, segundo Moreira, também a liberdade de criar seções novas⁷⁷, e a “adequação” destas novas seções ao tema do *blog* é analisada pelo editor e os colaboradores do *blog*: “Eu e os demais colaboradores gozamos de

⁷⁷ Uma destas seções criada no *blog* é a chamada “Maratona Tijolão Literário”, onde o editor ou um de seus colaboradores pegam um livro “tijolão”- grande, geralmente de autor não muito conhecido - para resenhar no *blog*.

autonomia na escolha dos assuntos. Nunca houve nenhum conflito com relação a nenhuma postagem” (MOREIRA, 2009).

A questão da seleção das pautas no *Mundo Livro*, e também em diversos *blogs* jornalísticos semelhantes encontrados em jornais on-line brasileiros, se dá, como no caso do *Blog do Noblat*, de maneira mais aberta do que em outras categorias do webjornalismo. A seleção dos assuntos a serem tratados fica a critério mais dos editores responsáveis pelo *blog* do que por uma decisão coletiva do jornal on-line a qual o *blog* se vincula, ainda que haja contribuição de outros jornalistas que trabalham no meio on-line⁷⁸. Estando a cargo dos critérios dos editores, o rigor jornalístico em, por exemplo, buscar sempre tratar de assuntos de interesse público ou ouvir ambos os lados envolvidos no fato, se dá mais por conta da iniciativa pessoal do jornalista do que propriamente por uma exigência da empresa jornalística que hospeda o *blog*:

“Eu, como editor e mais frequente atualizador do blog, acabo exigindo de mim mesmo uma certa pegada mais jornalística. Puxo ganchos da atualidade, faço algum texto motivado pelo noticiário (...). Mas notei que os colaboradores costumam usar mais a subjetividade, a primeira pessoa. Um deles, o Gustavo, está agora publicando no blog uma série que foi ideia dele próprio: o “live-reading” de um romance policial gigantesco escrito por um indiano que ninguém havia ouvido falar por aqui” (MOREIRA, 2009).

A adequação do *blog* a um “caráter jornalístico” vai ser dada também pela própria localização do *blog* dentro de uma empresa jornalística e da determinação prévia de uma função estabelecida na criação do *blog*, como Carlos André Moreira exemplifica: “O próprio fato de o *blog* ainda ser um ‘*blog* de livros’ da Zero Hora - não é o ‘*blog* do Carlos André’, embora eu me apresente como editor - meio que determina esse tom jornalístico. Acontece o mesmo com os *blogs* das

⁷⁸ Segundo Moreira, os jornalistas que trabalham na edição on-line de Zero Hora costumam sugerir edições ou pautas, mas são mais efetivos nisso nas épocas de coberturas especiais, como as da Jornada de Passo Fundo ou da Feira do Livro. “O contato com eles se dá mais no dia-a-dia: temos uma pauta, eles ligam no fim para pegar alguns dados e pôr online o mais rápido possível, coisas assim”(MOREIRA, 2009).

outras áreas: o *Remix*, de música alternativa, o *Primeira Fila*, de cinema, e o *Caco*, de teatro” (MOREIRA, 2009).

O menor tempo dedicado à apuração naqueles *blogs* identificados aqui no tipo de *apuração complementar* torna a seleção de fontes menos diversificada e completa que a realizada em outros meios. Observa-se que uma informação exclusiva, que só seria obtida através do contato com uma fonte, será subtraída em prol do uso de outros recursos que compensem esta informação, como o uso da opinião do jornalista ou de recursos narrativos (inserção de trechos em primeira pessoa e descrições). Por exemplo, no *blog Mundo Livro* as informações buscadas com fontes são obtidas através da apuração realizada para a produção da matéria na edição impressa de *Zero Hora*. Nas postagens do *blog* nota-se que são trazidas poucas fontes novas, especialmente fontes primárias: “Acho que definitivamente no impresso eu recorro a mais fontes. No *blog*, embora sempre referencie as fontes, posso apelar para meu próprio conhecimento do assunto, algo que li, leituras cruzadas.”(ibid, 2009).⁷⁹

Observa-se que a liberdade de espaço e a autonomia no tratamento da informação são os aspectos que diferenciam a postagem do *blog* para a matéria do jornal. No caso do *Mundo Livro*, determinou-se com o tempo a ideia de que o *blog* traz mais análise, subjetividade e informalidade do que a matéria no jornal – tal qual o formato coluna encontrado no jornalismo produzido em outros meios. Por conta disso, não há tanto interesse na busca de mais fontes para a postagem, pois isso também demandaria mais tempo e investimento na apuração por parte dos que atualizam o *blog*. Como Carlos André e os colaboradores não ganham mais para atualizar o *blog* e seu salário é pago para o trabalho realizado para a edição impressa de *Zero Hora*, naturalmente os esforços (e o tempo) destinados para a produção do *blog* é menor – o que, também, diminui o tempo para a busca de novas informações que poderiam complementar as postagens.

A apuração que acaba sendo realizada para estes *blogs* é aquela que busca informações paralelas, que dão conta de aspectos complementares do conteúdo da postagem publicada – como, por

⁷⁹ Provavelmente seja por este motivo que a reportagem é um dos gêneros menos encontrado nos *blogs* jornalísticos; nela, há a necessidade de tempo, esforço e investimento financeiro para a busca e averiguação de uma informação exclusiva (LAGE, 2001), o que nestes tipos de *weblogs* jornalísticos raramente se tem.

exemplo, nomes de pessoas ou lugares, grafia de palavras, vídeos que ilustram a fala de algum personagem apresentado no *post*, curiosidades a respeito de algum dos temas abordados no texto –, elementos que, em alguns casos, se fazem necessários para o autor do *post* ter a possibilidade de ser mais opinativo em seu texto. A ideia que baliza o funcionamento destes tipos de *blogs* não parece ser a de buscar uma exclusividade na informação veiculada, mas a de se diferenciar pela autonomia que o jornalista-blogueiro pode dar no tratamento desta informação, seja através de uma vinculação a um contexto particular ou na busca de referências pessoais para acrescentar singularidade na abordagem do *post*.

A etapa seguinte do processo de apuração, a checagem das informações, nestes *blogs* cabe ao editor e aos colaboradores que eventualmente escrevem as postagens cuidarem do processo de revisão e do confronto de dados utilizados para as postagens. Assim como no caso do *Blog do Noblat*, observa-se que o usuário tende a ter um papel de crescente importância neste aspecto; é ele, que, percebendo erros no texto, vai avisar o editor do *blog*, que o corrige, em outra postagem que sai como “errata” quando o erro é significativo ou, ainda, na própria edição da postagem quando é erro que o editor julga desnecessário de se fazer uma errata.

Nota-se que, no caso específico do *Mundo Livro*, não houve erros significativos nas postagens analisadas para este trabalho. Percebe-se que, quando eles existem, são mais da ordem de falhas de digitação e pequenas correções gramaticais, que parecem não justificar um trabalho específico de revisão. O fato do *blog* não lidar com um volume grande de informações sigilosas, obtidas através de entrevistas com fontes exclusivas, e sim com dados mais analíticos contribui para que o sistema de checagem seja mais aberto e não necessite de pessoas exclusivas para esta tarefa, como ocorre com algumas publicações como *Veja*, *Piauí* e *IstoÉ*.

2.4. Apuração “transparente”

A apuração “transparente” aqui indica um modo de apurar onde se tem por costume revelar o percurso realizado para se chegar às informações utilizadas na postagem. Revela-se este caminho através de links às fontes de informação consultadas para se obter as informações

essenciais para a produção da postagem. É um tipo de prática que surge no início da determinação do *weblog* como um tipo de sítio web específico, quando este ainda era essencialmente uma “coleção de links com comentários” (LASICA, 2003), e que, com a incorporação do weblog pelo jornalismo, muitas vezes se perde em nome de uma suposta adequação à prática jornalística vigente (SINGER, 2005).

Há, porém, alguns *blogs* jornalísticos que, mesmo se adequando às normas práticas do Jornalismo, seguem mantendo também sua essência como *weblogs*. São *blogs* se aproveitam que “a natureza ‘inacabada’ e conversacional dos *blogs* tem aberto oportunidades para os jornalistas testarem seus trabalhos em público, afinando-o para erros⁸⁰” (BRADSHAW, 2007, on-line). O ato de indicar, sempre que possível, o link para a origem da informação, mesmo (ou principalmente) quando ela é de algum outro sítio jornalístico, é apontado por Blood (2002a) como um dos pontos centrais do código de ética dos weblogs:

“Linkar para uma fonte leva os leitores a julgar por seus critérios a precisão e a originalidade de suas postagens. Os leitores on-line merecem, tanto quanto possível, ter acesso a todos os fatos — a web, usada desta forma, encoraja os leitores a se tornarem consumidores ativos, não passivos, de informação. Mais do que isso, linkar para a fonte do material publicado é muito significativo porque nós estamos criando uma vasta, nova e coletiva rede de informação e conhecimento⁸¹” (BLOOD, 2002a, on-line)

A importância de revelar as fontes da informação na web se dá, também, como estratégia de credibilização do *blog*. No emaranhado de informações desconexas que constituem a internet, Lasica (1998) afirma

⁸⁰ No original, “the ‘unfinished’ and conversational nature of blogs has opened opportunities for journalists to test their work in public, fine-tune it for errors” (BRADSHAW, 2007, on-line).

⁸¹ “Linking to referenced material allows readers to judge for themselves the accuracy and insightfulness of your statements. Online readers deserve, as much as possible, access to all of the facts — the Web, used this way, empowers readers to become active, not passive, consumers of information. Further, linking to source material is the very means by which we are creating a vast, new, collective network of information and knowledge” (BLOOD, 2002a, on-line).

que os consumidores necessitam saber a origem da informação jornalística para poderem fazer seu próprio julgamento sobre a sua veracidade: “Nesta era do ‘info-glut’, os consumidores necessitam conhecer a origem de uma notícia para então dar seu próprio juízo sobre sua confiabilidade. De onde veio a notícia deve ser tão importante quanto o conteúdo desta notícia⁸²” (LASICA, 1998, on-line).

O uso que os *blogs* jornalísticos fazem ao indicar a origem de suas informações - através dos links - contribui para a percepção de veracidade⁸³ que os leitores do *blog* terão para com o conteúdo ali publicado. É assim que a revelação da origem das informações constitui também um avanço no sentido do compromisso com a verdade, que constitui um dos fundamentos da atividade jornalística (KOVACH & ROSENTIEL, 2001, p. 35).

Nesse sentido, a especificidade deste tipo de *apuração transparente* nos *weblogs* jornalísticos emerge a partir de um aspecto que é central na blogosfera - a transparência. Segundo Granieri (2005, p. 85), “o sistema de geração de conteúdo dos *weblogs* é marcado pela generosidade: um blogueiro lê uma postagem interessante e põe o link em sua página sem qualquer receio, pois é assim que o esquema funciona: o que em um sistema competitivo seria um suicídio, no sistema dos *weblogs* é praxe” (GRANIERI, 2005, p. 85). A partir desta prática de maior autonomia em referenciar a fonte da informação do que em outros meios, o *weblog* pode contribuir para a revelação da rota percorrida pela informação até aportar para o jornalista - um procedimento tão saudável quanto desejável, pois permite a replicação do que foi publicado, método que é utilizado na ciência com grande aprovação e que poderia ser utilizado no jornalismo até mesmo para referendar a atividade como uma forma de conhecimento autônoma (PARK, 1972; GENRO FILHO, 1988; MEDITSCH, 1992; MACHADO, 2000).

⁸² “In this age of info-glut, consumers need to know the origins of a news report so they can make their own judgment about its reliability. Where a story comes from may be as important as its content”. (LASICA, 1998, on-line)

⁸³ Não é intenção aqui adentrar na discussão à respeito da questão da verdade, tão importante para o jornalismo quanto complexa. Destaca-se apenas a distinção que entre veracidade e verdade que Gomes (2009) aponta: “Naturalmente, o que eu sustento verbalmente com honesta convicção de ser verdadeiro não necessariamente o é, já que posso me enganar. E é justamente esta a diferença entre verdade e veracidade: sentenças podem ser verdadeiras ou falsas, em virtude de sua capacidade objetiva de expressar o que as coisas são, enquanto pessoas ou argumentos podem ou não ser verazes, em virtude de formularem as suas expressões e os seus argumentos com ou sem a sincera pretensão de que sejam verdadeiros” (GOMES, 2009, p. 10).

Outro aspecto que se soma à transparência como um dos pontos-chaves neste modo que aqui se identifica como *apuração transparente* é a relação de confiança que se estabelece entre o jornalista-blogueiro e o usuário. Como aponta Sofi (2006),

“Os *blogs* tem a possibilidade de ativar um duplo pacto de confiança com o leitor: orientá-lo dentro de uma esfera pública densa de abundância de produção informativa e, de outro lado, tornar necessária a obtenção de crédito à respeito de uma informação que não pode ser legitimada para aqueles que não conheçam o mesmo blogueiro, sua história pessoal e sua credibilidade⁸⁴” (SOFI, 2006, p. 153-154).

Percebe-se a relação do pacto de confiança estabelecido no exemplo aqui indicado desse modo de apuração, o *Tiago Doria Weblog*. A autonomia que Doria tem por trabalhar sozinho no *blog* permite que ele seja bastante flexível quanto aos temas que escolhe para tratar nos posts, mas a necessidade de se ater aos temas centrais⁸⁵ do *blog* - cultura web, mídia e tecnologia – é estabelecida através da relação do que os usuários do *blog* constroem para com o *Tiago Doria Weblog*. Fugir dessas temáticas seria como estabelecer uma quebra neste pacto de confiança criado, e é por conta disso que o Tiago Doria tem por costume se ater aos temas indicados na hora da publicação; na pesquisa realizada para este trabalho, das 30 postagens publicadas nas três semanas de análise, 29 se vinculavam à temática, já bastante ampla, da cultura web, tecnologia e mídia, enquanto a postagem restante trazia uma notícia sobre o jornalista, que iria estreitar uma coluna semanal sobre tecnologia no *Notícias MTV* – que, de outra forma, também pode ser considerado dentro da temática indicada no *blog*.

Por conta desse pacto de confiança que se constitui entre blogueiro e usuários do *blog*, a seleção dos temas tratados nas postagens de Tiago Doria é estabelecida quase que de forma conjunta entre ambas

⁸⁴ No original em italiano, “Il blog hanno la possibilita di attivare um doppio patto fiduciário del lettore di orientare all’interno di una sfera pubblica resa sempre più densa da una sovrabbondante produzione informativa e, dall’altra, come necessita di ottenere credito fiduciário rispetto a una produzione informativa che no può avere legittimazione terza che non sai lo stesso blogger, com la sua storia e la sua credibilità personale” (SOFI, 2006, p. 153-154)

⁸⁵ Temas estes que estão na apresentação do blog, logo abaixo do nome: “Doses diárias de cultura web, tecnologia e mídia”.

as partes. De um lado há uma espécie de “exigência” dos usuários para que certos temas sejam tratados, e de outro há um compromisso do jornalista para que aqueles temas, costumeiramente abordados no *blog*, continuem sendo tratados sob o risco de quebra do contrato de confiança entre os dois lados. Assim, muito da seleção daquilo que vai ser informação destinada a uma postagem vai ser estabelecido pelos acontecimentos da atualidade que ambas as partes – jornalista e usuário – vão entender como merecedores de serem veiculados, o que vai estabelecer que muitos das postagens sejam sobre assuntos que estejam sendo comentados na atualidade, seja na blogosfera ou na própria mídia. Nas palavras de Doria, a seleção das pautas “vai se dar muito a partir do que está acontecendo”. O que também pode determinar, em diversas situações, a periodicidade das postagens, já que a cobertura especial de algum evento entre os temas de interesse do *blog* naturalmente indica a produção de mais entradas no *blog* do que em períodos onde não está “acontecendo” nada que venha a interessar: “No *blog* você pode seguir mais o ritmo dos acontecimentos. Nada acontecendo de interessante = poucas atualizações. Nisso também muda a minha rotina de trabalho. (DORIA, 2009).

No que diz respeito à escolha de fontes, nota-se que neste modo de *apuração transparente* as fontes ouvidas para a produção das postagens são buscadas (e referenciadas) no ciberespaço. No caso específico do *Tiago Doria Weblog*, na 2ª semana de análise para esta pesquisa, realizada entre 2 a 8 de março de 2009, foi percebido que, em todos as nove postagens publicadas neste período, a informação central do post encontra-se disponível para o usuário consultá-la, seja ela disponibilizada numa matéria on-line onde o jornalista entrevistou a fonte de informação, na própria página ou blog da fonte ou, ainda, disponibilizada através de outros formatos como vídeo e áudio.

Ao revelar o percurso que obteve para ter acesso àquela informação e indicá-lo para quem quiser ver, Doria está explicitando o seu *modus operandi* de buscar informação; está a potencializar a transparência como um fator de credibilização para o conteúdo que produz. Nas palavras de Friend & Singer (2008), “práticas como essa, que dão à audiência uma janela para dentro do processo jornalístico, estão sendo reconhecidas por muitas organizações jornalísticas como formas de aumentar a sua própria credibilidade e reconquistar a

confiança para com o público leitor⁸⁶”. (FRIEND & SINGER, 2007, p. 70).

As justificativas para a ocorrência desta situação são várias, dentre as quais se destacam:

1) A especificidade da área de cobertura do *blog* – mídia, tecnologia, cultura web - que apresenta fontes primárias e secundárias em maior número na web do que outros assuntos;

2) Por conta desse maior número de fontes disponíveis no ciberespaço, é possível se ter mais condições para se estabelecer critérios tão confiáveis para averiguação quanto os tradicionalmente usados fora da web, o que se potencializa também com a “familiaridade” do jornalista com o ciberespaço;

3) O fato de Doria trabalhar em uma estrutura menor de produção, que limita seu deslocamento físico para a busca de informações o que, por sua vez, potencializa o uso de alternativas para a apuração.

Num sentido mais amplo, uma outra justificativa que poderia ser acrescentada a estas três emerge de uma nova relação que usuários e blogueiros – principalmente aqueles jornalistas-blogueiros que tem a *apuração transparente* como modo de apurar - estabelecem no ciberespaço, chamada por Axel Bruns (2005; 2008) de *produsage*. Segundo Bruns (2008),

“O que emerge é que estando on-line, numa rede unificada de economia da informação, os participantes não são simplesmente consumidores passivos, mas usuários ativos, com alguns deles participando focados mais em seu uso pessoal, e outros participando mais fortemente de maneiras que são construtivas e produtivas para as redes sociais e a construção de um conteúdo coletivo⁸⁷” (BRUNS, 2008, p. 23).

⁸⁶ No original em inglês, “Those practices, which give the audience a window into the journalistic process, are being recognized by many news organizations as ways to enhance their own credibility with audiences and regain reader’s trust” (FRIEND & SINGER, p. 70).

⁸⁷ “What emerges is that in online, networked information economy, participants are not simply passive consumers, but active users, with some of them participating more strongly with a focus only on their personal use, some of them participating more strongly in ways which are inherently constructive and productive of social networks and communal content” (BRUNS, 2008, p. 23)

Na medida em que adotam efetivamente o *modus operandi* da blogosfera, linkando as suas fontes e estabelecendo uma real conversação no ciberespaço, os *blogs* jornalísticos passam a se inserir numa relação diferenciada onde produtores e usuários se complementam num sistema equipotencial e granular de produção-recepção de conteúdos (BRUNS, 2008). Estes *blogs* estabelecem a própria rede de usuários do *blog* como um grande sistema de checagem das informações, onde seus participantes apontam os erros, quando os encontram, e participam de uma retroalimentação constante de informações que torna o processo de produção do jornalismo não-finalizado e contínuo (BRUNS, 2008).

A “moeda de troca” entre os que monitoram os erros nos *weblogs* jornalísticos e os jornalistas-blogueiros é dada pela relação de confiança entre ambos, que se nutrem mutuamente dessa tarefa. De um lado quem edita o *blog* estabelece um ganho em reputação, pois no ciberespaço “a reputação torna-se resultado de uma construção coletiva, na qual pessoas comuns – mas muitas delas – opinam, criticam, sugerem, contestam um blog (CHRISTOFOLETTI & LAUX, 2008, p.44); e, de outro, o usuário tem como “recompensa” o seu status numa determinada comunidade, num tipo de cálculo social que serve como “a sustentação de muitas comunidades sociais e o seu fluxo delicado: membros em todas as redes sociais estão constantemente disputando posição ao compartilhar, agregar ou criticar a informação⁸⁸” (PESCE, 2006, on-line).

Nesse sentido, os *blogs* jornalísticos, ao se inserirem na lógica da *produsage* de Bruns (2005, 2008), podem fazer parte de um processo que se diferencia daquele constituído tradicionalmente no Jornalismo convencional e que se torna cada vez mais recorrente no ciberjornalismo:

“Quando a indústria do jornalismo pretende, de forma clara e delineada, produzir produtos que definem e apresentam as notícias como objetivas, o objeto da ‘*produsage*’ de notícias é a compilação de uma série plausível de interpretações multiperspectivas de notícias

⁸⁸ “The foundation for many communities, and it is both delicate and constantly flux: members in every social network are constantly jockeying for position by sharing, aggregating, or critiquing the information” (PESCE, 2006, on-line)

disponíveis em um contexto⁸⁹” (BRUNS, 2008, p.83).

Como conclui Axel Bruns (2008), enquanto o Jornalismo tradicional vai produzir notícias como *um resultado* de um processo de avaliação jornalística, os *weblogs* – e, em um nível mais complexo, todo o ciberjornalismo – vão produzir notícias como *um material* para um processo contínuo de exploração, interpretação, discussão, avaliação e deliberação da comunidade.

No próximo capítulo será tratada mais uma etapa no processo de produção no jornalismo: a produção do conteúdo jornalístico, centrados nos aspectos envolvendo a redação e a edição das postagens nos *blogs* jornalísticos.

⁸⁹ “Where the journalism industry aims to produce clearly delineated products which define and present the news as an objective matter of fact, the object of news produsage is the compilation of a range of plausible, multiperspectival interpretations of available news reports in context” (BRUNS, 2008, p.83).

CAPÍTULO TRÊS

EDIÇÃO E REDAÇÃO NOS *BLOGS* JORNALÍSTICOS

No capítulo anterior tratou-se da questão do processo de apuração das informações nos *blogs* jornalísticos, primeira das quatro etapas que caracterizam, de modo esquemático, o fenômeno jornalismo (MACHADO & PALACIOS, 2007). Este capítulo vai abordar a etapa seguinte do processo, a produção do conteúdo jornalístico, centrada na redação e edição. São perguntas que este capítulo tenta responder: como se dá a redação e a edição das postagens nos *blogs* jornalísticos? Quais as especificidades e semelhanças em relação a outros gêneros ou categorias do Jornalismo produzido em outros suportes? Quais os padrões textuais e de edição encontrados nos *blogs* jornalísticos analisados que permitem delimitar características comuns nos *blogs* jornalísticos brasileiros?

A partir da observação e da análise dos *blogs* jornalísticos realizada, verificou-se que o estágio atual tanto da redação quanto da edição nos *blogs* jornalísticos tem muito que ver com o contexto histórico em que o *blog* jornalístico foi (e está) se desenvolvendo, e das próprias características que o *weblog* tem enquanto um tipo de página web específica. É para entender este contexto que este capítulo começa recuperando alguns aspectos históricos do *weblog* e de sua relação com o Jornalismo.

Como relatado no primeiro capítulo deste trabalho, os primeiros *weblogs* eram caracterizados essencialmente como uma coleção de links e curtos comentários. Eram páginas pessoais, organizadas geralmente por uma pessoa conhecedora das linguagens de programação da web (PAQUET, 2002), que usava o espaço de publicação do *blog* para depositar o seu diário on-line, cada um sendo uma mistura em proporções únicas de links, comentários, ensaios e pensamentos pessoais (BLOOD, 2000). Nestes *blogs*, havia a ideia clara, tanto por parte de quem escrevia quando de quem lia, de que aquilo que estava publicado correspondia à visão pessoal do blogueiro, não a de um grupo de pessoas ou a de uma empresa (BAUSCH, HAUGHEY e HOURIHAN, 2002; AMARAL, MONTARDO e RECUERO, 2009).

No final da década de 1990 e início da seguinte, os primeiros *blogs* jornalísticos surgem como publicações onde se faz a cobertura de determinados eventos (as guerras, como nos *warblogs*) e como uma

versão on-line de uma coluna já existente em outro formato (como nos casos de *Dan Gillmor* e dos *blogs* das publicações estadunidenses *Christian Science Monitor*, *Slate* e *American Prospect*). O *blog* aparece no Jornalismo valendo-se daquela que, inicialmente, era a sua característica específica em relação à outras páginas da web (O'REILLY, 2003; SAÉZ VACAS, 2005; PISCITELLI, 2005); a personalização, presente “não apenas no seu conteúdo e na assinatura do autor, mas também no formato gráfico do *blog*, nos links colocados ali, na foto do autor, ou mesmo nos ‘clicks’” (SILVA, 2003b, on-line).

Em ambos os casos, a personalização se manifesta também nas características do texto e da edição das postagens, onde o blogueiro contava com autonomia para escrever e editar sua postagem da maneira que julgar adequada (ORIHUELA, 2006). Muitas vezes sem uma instituição jornalística por trás, o viés jornalístico do conteúdo publicado era dado a partir de quem editava o blog; criava-se um “jornalismo de um homem só” (ARAÚJO, 2006), em que os processos de produção costumeiros na prática profissional jornalística eram naturalmente simplificados, dando vazão maior às experiências e relatos pessoais daquele que escrevia. Trocava-se uma suposta neutralidade e um compromisso com a objetividade pela parcialidade e subjetividade (RECUERO, 2003), onde a transparência consolida-se como o principal artifício na busca da verdade dos fatos (FRIEND & SINGER, 2007).

No início dos anos 2000, com a popularização mundial do *blog*, o meio passa a incorporar características que vão além daquelas estabelecidas pelos primeiros blogueiros. O *blog* passa a ser não somente aquela “coleção de links com comentários” (LASICA, 2003), mas um *suporte*, que pode conter toda espécie de função que os seus editores querem que ele tenha – inclusive, também pode não ter mais links, se assim o blogueiro julgar necessário. Neste contexto de expansão dos *blogs*, e de um conseqüente “afrouxamento” daqueles primeiros traços definidores do meio, é que se dá a incorporação dele pelo Jornalismo. Quando assumido pela instituição jornalismo, o *blog* vai ser moldado de acordo com os interesses a que for destinado, e, principalmente, vai se estabelecer de acordo com as características que o jornalista que o edita vai imprimir nele. Ainda que haja um “afrouxamento” dos traços definidores do *weblog* enquanto um tipo específico de página web, determinado por uma normatização aos princípios jornalísticos (SINGER, 2005), a ideia de personalização, íntinseca à sua identidade (ORIHUELA, 2006), permanece sendo

essencial no *blog* jornalístico, e vai chegar ao jornalismo como aquela que vai caracterizar e distinguir o *blog* de outras categorias já existentes no webjornalismo (ARAÚJO, 2006; MENDES, 2007; ESCOBAR, 2009).

A alegação de mais liberdade na edição e no texto no *blog* também foi unânime nas entrevistas para esta dissertação. Nota-se que, independente da vinculação do *blog* jornalístico a um jornal on-line ou não, o jornalista tem mais liberdade na edição e na redação do *blog* do que em outras categorias no webjornalismo. Tendo o *blog* como o *seu* meio, o jornalista-blogueiro pode usar de maior autonomia tanto para escrever numa linguagem mais pessoal e informal - que não siga estritamente o que é determinado como padrão para a linguagem jornalística em outros meios (ROBINSON, 2006) – como na hora da edição, em que o jornalista pode trazer informações extras a um conteúdo que já foi publicado em outros locais (BRUNS, 2005), além de apresentar, como novidade formal, a disposição diferenciada de hierarquização das informações em relação ao Jornalismo em outros suportes (ESCOBAR, 2009).

3.1. Edição no *weblog* jornalístico

Numa formulação ideal do processo de captação e edição de uma notícia popularizado no século passado pré-internet, o editor, como aponta Machado (2000), “corrige a nota, decide qual será a sua abertura e a colocação que terá a notícia na página⁹⁰” (MACHADO, 2000, p. 284), cabendo à ele, às vezes, também escrever o título ou reescrever a abertura da matéria. Com o advento da web, as funções ideais de repórter e editor se misturam: o jornalista passa a “redigir, entrevistar personalidades, tratar imagens digitalmente, recolher dados sempre que seja necessário e atuar como um editor de todo o material que chega para a publicação⁹¹” (ibid, 2000, p. 279). A web traz mais descentralização da produção no jornalismo, e, com isso, permite um relativo afrouxamento das etapas de controle nas escalas inferiores da

⁹⁰ No original em espanhol, “corrige la nota, decide qué tipo de apertura y colocación en la página tendrá la noticia”. (MACHADO, 2000, p. 284).

⁹¹ “Redactar, entrevistar personalidades, tratar imágenes digitalmente, recoger datos siempre que sea necesario y actuar como un editor de todo el material que llega a la publicación.” (MACHADO, 2000, p. 279).

cadeia produtiva⁹²” (ibid, 2000, p. 279). Passam a existir rotinas menos estabelecidas para as atividades profissionais relativas à edição (MIELNICZUK, 2006, p. 170); a função outrora exclusiva do editor passa a ser diluída entre as do redator, do editor de imagens, do revisor, fazendo com que, cada vez mais, uma pessoa seja a responsável por etapas que antes diversas realizavam.

No *blog*, essa característica se exacerba. O blogueiro, como *publisher* de si mesmo, é o responsável por todas as etapas de edição da notícia. Salvo em exceções⁹³, no *weblog* jornalístico não há o processo de edição tal qual aquele que se manifesta (ou se manifestava) em outros meios, onde uma outra pessoa que não o repórter que fez a matéria lê e corrige o texto, dá - quando necessário - uma ênfase em alguns aspectos que foram ignorados pelo repórter, escolhe as fotos ou imagens a serem veiculadas e dá o título final do produto. Nos *blogs*, a edição conta com uma participação mais ativa do público na seleção informativa e na definição de atributos qualitativos ao produto jornalístico (CHRISTOFOLETTI & LAUX, 2008, p.45). Desta forma, o processo de edição acaba se dando de forma mais transparente, como aponta Bradshaw (2008b):

“A habilidade de entrar em contato com os usuários, corrigir erros e atualizar postagens é frequentemente identificado como um processo de mudança no trabalho jornalístico, o que faz lembrar a sugestão de Lowrey (2006) de que blogueiros ‘frequentemente enfatizam a imediatividade e a opinião em detrimento da precisão’, e que o jornalismo iria proteger a si mesmo se se focasse na edição; as respostas dos questionários da pesquisa sugerem que, de modo contrário, os jornalistas estão confiando nos

⁹² “Permite un relativo alojamiento de las etapas de control en las escalas inferiores de la cadena productiva” (MACHADO, 2000, p.279)

⁹³ A principal exceção nesta situação é o *Blog do Noblat*, que apresenta a estrutura mais próxima à tradicional do editor; Ricardo Noblat trabalha com mais dois repórteres, que repassam as informações apuradas para que ele as edite e, quando necessário, reescreva: “leio tudo antes e é inevitável que eu meta a mão. Não que os textos sejam ruins, é para imprimir a minha marca que faço isso”. (NOBLAT, 2006, on-line). Ele salienta, porém, que “*blog* não dá para terceirizar: É um instrumento muito pessoal de emitir informação. Você pode ter pessoas que te ajudam na apuração, mas na hora de escrever é o seu jeito, é o seu estilo, o seu modo de ver a coisa.” (NOBLAT, 2006, on-line).

comentários para contribuir para o processo de edição⁹⁴” (BRADHSAW, 2008b, on-line).

Parte dessa mudança na edição jornalística que ocorre nos *blogs* se explica porque, no Jornalismo produzido no ciberespaço, a ideia corrente de que o conteúdo jornalístico é apresentado como um produto finalizado, onde seu processo em nenhum momento conta com a participação do público, não se aplica mais, na medida em que o cidadão pode manter uma ativa colaboração com os jornalistas na definição das características e dos limites da interpretação jornalística do mundo⁹⁵” (MACHADO, 2000, p. 279). As características específicas do *blog* jornalístico fazem com que nele, como afirma Robinson (2006), o produto jornalístico possa ser entendido mais como parte de um processo do que o resultado final e imutável deste mesmo processo: “Uma notícia on-line pode nunca terminar, graças aos links hipertextuais que instantaneamente levam o leitor de um autor para outro, de um ângulo do assunto para outro⁹⁶”. (ROBINSON, 2006, p. 78).

Outro ponto importante no que diz respeito à especificidade da edição nos *weblogs* jornalísticos é a própria estrutura em que o *blog* se apresenta. Escobar (2009) aponta que os blogs parecem trazer uma contribuição genuína no que diz respeito ao formato de apresentação das informações:

“Temos um rompimento, já que a disposição do conteúdo nos *blogs* se diferencia do velho modelo de hierarquização adotado pelos veículos impressos, eletrônicos (rádio e TV) e online (portais e sites informativos): capa com manchetes, escalada com manchetes e *home* com

⁹⁴ No original em inglês, “The ability to enter into correspondence with users, to fix errors and post updates were frequently identified as changing journalism work, turning on its head Lowrey suggestion that bloggers “often emphasize immediacy and opinion at the expense of accuracy” and that journalism would protect itself by focusing on editing; responses suggest that, conversely, journalists are relying on commenters to contribute to the editing process”. (BRADHSAW, 2008b, on-line).

⁹⁵ “El ciudadano puede mantener una activa colaboración con los periodistas en la definición de las características y de los límites de las interpretaciones periodísticas del mundo” (MACHADO, 1999, p. 279)

⁹⁶ “A story can be never ending online, thanks to hipertext links that instantaneously bring the reader from one author to another, from one angle of a subject to another” (ROBINSON, 2006, p. 78).

chamadas, respectivamente. (ESCOBAR, 2009, p. 226)

A hierarquização das informações nos *blog* jornalísticos apresenta-se de modo diferente do modelo adotado até então usado no Jornalismo⁹⁷, onde existiam áreas mais nobres, que se destinavam às manchetes e matérias consideradas mais importantes, e áreas menos nobres, que apresentavam conteúdo classificado como menos importantes. No *blog*, devido à disposição em ordem cronológica inversa, a informação mais importante é a que foi publicada mais recentemente. “A primeira página ou capa de um *blog* é o último *post* publicado, tenha sido no próprio dia, há semanas ou meses atrás. Os *posts* registram, automaticamente, dia e horário das publicações. (ESCOBAR, 2009, p. 227). Como a organização básica dos *posts* é a data, a definição do que é mais ou menos importante no *blog* vai seguir o critério do tempo, em contrapartida ao aspecto da singularidade que costuma guiar a hierarquização dos fatos no jornalismo convencional.

Segundo Escobar (2009), “o modelo organizativo proposto pelo *blog*, dispensando *homes*, manchetes e destaques, pressupõe a relação com um tipo diferente de leitor” (ibid, p. 228), que seria um tipo considerado ele mesmo capaz de fazer a sua hierarquização dos textos e dispensar aquela proposta pelos jornalistas:

O leitor capaz de realmente usufruir da variedade de informações que a rede oferece seria aquele já educado na cultura web, letrado não apenas segundo a lógica do alfabeto, mas que também domine a linguagem hipertextual e multimidiática. O internauta assíduo seria menos dependente da organização hierarquizada proposta por um jornalista por saber e preferir determinar suas prioridades buscando ler e, por vezes, opinar sobre os assuntos que ele mesmo julga relevantes. (ESCOBAR, 2009, p. 229)

⁹⁷ “O jornalismo on-line, notadamente de portal, também seguiu tal padrão: tem-se uma capa ou *home* – página inicial do portal que corresponde à primeira página dos jornais impressos –, em que temos chamadas para cada seção do site, que nada mais são além de manchetes e submanchetes – frases curtas, capazes de chamar a atenção e despertar a curiosidade do internauta” (ESCOBAR, 2009, p. 227).

Nesse sentido, a autora indica que o *blog* jornalístico seria mais próprio a atender esse tipo de usuário acostumado às linguagens hipertextual e multimidiática e que, por sua vez, estaria mais apto a desempenhar por si só o papel de webeditor. Seria alguém que estaria mais familiarizado com o papel de selecionar os locais da web por onde navegar e de como encontrar, na enorme quantidade de informações e dados disponíveis na web, aquilo que mais atenda às suas necessidades particulares de informação.

Ainda que este tipo de usuário autônomo que Escobar (2009) salienta possa existir como maioria entre os que acessem a web, percebe-se que o *blog* jornalístico necessita ser direcionado também a usuários que não estão muito familiarizados com o ciberespaço. São leitores que fazem parte de um número cada vez maior de pessoas que adentram o ciberespaço pela primeira vez, e que não estão familiarizados com o papel ativo que podem exercer na seleção das informações que terão acesso. Para estes leitores, e também para aqueles que não dispensam a hierarquização das informações conforme a singularidade dos fatos, é que muitos *blogs* estão modificando a organização das postagens, tornando-a mais próxima àquela utilizada no jornalismo convencional. Costumam fazer isso de duas formas: a primeira é colocar em destaque uma postagem ou citação específica, fixando-a acima do espaço principal de publicação, como por exemplo faz o *Blog do Noblat* com a seção “Frase do dia”, situada na parte superior das postagens – um espaço mais “nobre” e de fácil visualização para os leitores. A segunda forma corrente de modificar o modelo de hierarquização das informações baseado na ordem cronológica inversa é a divisão do espaço de postagens em duas ou mais janelas, cada uma apresentando conteúdos diferenciados – modelo que inclusive é um dos diversos que o *WordPress.com* tem como “molde” para a criação de *blogs* em sua ferramenta. Nestes casos, o *blog* torna-se parecido com a estrutura de um portal ou de uma outra página web qualquer, o que pode descaracterizá-la como *blog*, ou, de outra forma, pode sugerir uma modificação futura no formato estrutural do *blog*.

A adoção de formatos diferenciados na hierarquização das informações publicadas no *blog* é uma decorrência de sua evolução como um formato específico nascido na web (BLOOD, 2002 b; MATHESON, 2004; ORIHUELA, 2004; ALDÉ & CHAGAS, 2005; SALAVERRÍA, 2005; LÓPEZ e OTERO LÓPEZ 2007). No caso específico do *blog* jornalístico, percebe-se hoje a modificação na

estrutura de apresentação do *blog*, aproximando àquela utilizada no Jornalismo convencional, como um dos componentes visíveis do processo de “normatização” do *blog* pelo jornalismo, na medida em que altera-se o meio para adequá-lo num modelo prático já existente. A consolidação ou não desta tendência poderão ser avaliados nos próximos anos.

3.2. O texto no *blog* jornalístico

São poucos os trabalhos acadêmicos que falam em específico do aspecto do texto nos *weblogs* jornalísticos, como afirma Salaverría (2008, on-line):

“Apesar da abundância de trabalhos acadêmicos que, como se têm visto, nos últimos anos tem abordado as relações entre *blogs* e jornalismo desde múltiplos enfoques, ainda existem numerosos aspectos que todavia ainda não foram investigados em absoluto. Em particular, se detecta uma chamativa ausência de estudos empíricos orientados a identificar que o que tem em comum ambas atividades na prática redacional⁹⁸.” (SALAVERRÍA, 2008, on-line)

Uma das possíveis justificativas para essa escassez seria a heterogeneidade de estilos de textos encontrados nos *blogs* jornalísticos. Assim como o *blog* pode ser suporte para diversos gêneros de discurso (ORIHUELA, 2006; PRIMO, 2008) que não só o discurso jornalístico, também o *weblog* jornalístico pode ser suporte para diversos gêneros jornalísticos, que vão desde à coluna ao editorial, passando pela notícia, a entrevista, a crítica e a reportagem. Tantas diferenças podem tornar mais difícil a tarefa de estudar empiricamente ou definir padrões estilísticos para o *blog* jornalístico.

Todavia haja bastante heterogeneidade neste aspecto, observa-se, que ao longo dos poucos anos da incorporação do *blog* ao

⁹⁸ “A pesar de la abundancia de trabajos académicos que, como se ve, en los últimos años han abordado las relaciones entre blogs y periodismo desde múltiples enfoques, todavía existen numerosos aspectos que todavía no han sido investigados en absoluto. En particular, se detecta una llamativa ausencia de estudios empíricos orientados a identificar qué tienen de común ambas actividades en la práctica redaccional” (SALAVERRÍA, 2008,on-line).

Jornalismo, ele tem se configurado mais “como uma tribuna pessoal em que cada autor escreve informações e comentários a propósito de temas diversos”⁹⁹ (SALAVERRÍA, 2005, p. 165). Blood (2002a) é de opinião semelhante:

“Eu vejo alguns *blogs* como uma forma diretamente análoga a um tipo tradicional de jornalismo: a coluna de opinião ou análise. Para muitos blogueiros, o blog é acima de tudo uma oportunidade para manifestar suas opiniões sobre política, eventos mundiais, bem como a opinião de outros. É irrelevante o fato de que eles escrevem trezentas palavras sobre seis temas todos os dias, em vez de 1500 palavras sobre um assunto uma vez por semana”¹⁰⁰ (BLOOD, 2002a, p. 22)

Como diz Salaverría (2005, p. 165), “São muitas as semelhanças entre os weblogs e as colunas de opinião”¹⁰¹. A proximidade tem origem na própria determinação da estrutura de disposição do *blog*, organizada inicialmente como uma *página pessoal* da web (SCHITTINE, 2003; BARRET, 2005), que se assemelhava à de uma coluna de opinião por conta de traços como a identificação de autoria logo abaixo da postagem e a pequena apresentação do autor do *blog*, localizada normalmente na parte superior direita do *layout*. As ferramentas de publicação gratuitas de *blog* criadas a partir de 1999 oferecem um formato padrão para a criação de suas páginas, “moldes” que, baseados nestes primeiros *blogs* que se assemelhavam à estrutura da coluna, passam a ditar as características do formato e que hoje permitem reconhecê-los na web¹⁰² (OLIVEIRA, 2002; FOLETTO, 2007).

⁹⁹ No original em espanhol, “Como una tribuna en la que cada autor escribe informaciones y comentarios a propósito de temas diversos” (SALAVERRÍA, 2005, p. 165).

¹⁰⁰ “I see certain weblogs as directly analogous to a form of traditional journalism: the opinion or analysis piece. For many bloggers, a weblog is above all an opportunity to pronounce their opinions on politics, world events, and the opinion of others. That they write three hundred words on six subjects every day rather than fifteen hundred words on one subject once a week is immaterial”. (BLOOD, 2002a, p. 22).

¹⁰¹ “Son muchas las semejanzas entre los weblogs y las columnas de opinión”(SALAVERRÍA, 2005, p. 165).

¹⁰² Apontou-se anteriormente (2007) como quatro as características do formato *blog* apresentado nestas primeiras ferramentas de publicação gratuitas de blog: “os layouts

A imediação com o gênero coluna foi bastante efetiva na determinação das características dos primeiros blogs jornalísticos, especialmente naqueles vinculados a publicações de tecnologia dos Estados Unidos, nos blogs que realizaram a cobertura dos incidentes de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos e nos *warblogs* que cobriram a Guerra do Iraque. No Brasil, alguns dos primeiros *weblogs* jornalísticos brasileiros, como *No Mínimo Weblog*, *Blog do Noblat* e os instituídos em 2003 no *Globo Online*, foram criados também tendo características semelhantes àquelas encontradas em uma coluna. Por conta das proximidades entre as estruturas, à época, e como ainda hoje acontece em algumas situações, o *blog* era visto como o equivalente on-line à coluna, gênero já estabelecido e conhecido em outros suportes jornalísticos e que naturalmente seria usado como modelo para o novo espaço que então passava a existir.

A partir do crescimento dos *blogs* jornalísticos, causado principalmente pela incorporação dos *blogs* nos principais jornais on-line mundiais, a ideia do *blog* ser apenas uma “coluna on-line” passa a ser deixada de lado em prol de uma concepção que identifica o *blog* como um novo gênero dentro do ciberjornalismo (BLOOD 2003; SALAVERRÍA 2005; ROBINSON 2006). Este novo gênero vai assumir, de um lado, a influência da coluna, e, de outro, às características do *blog* enquanto um tipo diferenciado de meio localizado na web, que tem a troca de links, a complementariedade das informações publicadas em outros *blogs* e a conversação que daí se estabelece como seu *modus operandi* (BLOOD, 2003; BRUNS, 2005; GRANIERI, 2005). Este novo gênero vai ter como traços definidores 1) um *hibridismo* entre vários gêneros já estabelecidos no Jornalismo - notícia, comentário, crônica, resenha, reportagem, *suelos* – que vão ser usados a cargo do editor do *blog* sem que este precise estabelecer fronteiras rígidas entre eles e 2) um aproveitamento melhor do potencial de conversação estabelecido na blogosfera, que torna a redação e também a edição e a revisão um processo não-finalizado (BRUNS, 2005) e em constante movimento (BRADSHAW, 2008d, on-line).

disponíveis apresentam o conteúdo ordenado de acordo com a data de publicação do bloco de texto, os mais novos em cima e os mais antigos em baixo; há m espaço para a interatividade, na forma de comentários; é oferecida a possibilidade ara o blogueiro utilizar de links para outras páginas da web; a atualização pode ser eita a qualquer momento, sem qualquer restrição; e, por fim, não há controle, por parte o software, quanto ao tipo de conteúdo que será abordado na página, deixando isso a cargo exclusivamente do blogueiro” (FOLETTTO, 2007, p. 16).

O processo de constituição do *blog* como um novo gênero dentro do ciberjornalismo provavelmente está em suas primeiras etapas, pois é possível notar que atualmente existem diferentes “graus” de adequação à este novo gênero dentro da blogosfera jornalística. Na observação realizada para este trabalho, percebeu-se que há a convivência de basicamente três tipos no que diz respeito aos aspectos redacionais:

1) *blogs* que em pouco se distinguem do gênero consagrado da coluna, mantendo as mesmas características já estabelecidas em outros suportes;

2) *blogs* que se encaixam nos traços que podem ser apontados como característicos desse novo gênero - o hibridismo de gêneros identificados até em uma mesma postagem, o uso do potencial conversacional da blogosfera e a afinidade do *blog* à um processo de publicação não-finalizado e em constante fluxo;

3) *blogs* onde diversos tipos de gêneros - comentários, resenhas, artigos, crônicas, charges, notícias – convivem em diferentes postagens, com várias atualizações diárias, e que se parecem a um portal jornalístico;

Nota-se também que a identificação destes tipos – especialmente os dois primeiros - pode ser mais claramente visualizada através da ideia de normatização dos *blogs* pelo jornalismo proposta por Singer (2005). Na primeira situação, encontrariam-se aqueles *blogs* mais “normatizados” pelo Jornalismo, que trazem traços importantes do gênero coluna que são reproduzidos no *blog* levando as especificidades do meio pouco ou nada em consideração; e na segunda situação se encaixariam os *blogs* menos “normatizados”, que se inserem na conversação coletiva proposta pela blogosfera e trazem traços de identificação às particularidades do *weblog* enquanto um tipo de página web diferenciada.

A partir da identificação destes tipos nos *blogs* jornalísticos, parte-se para a delimitação de cada um deles, indicando também exemplos a partir dos casos analisados para este trabalho.

3.2.1. Blog jornalístico “coluna”

Como visto anteriormente, a ideia de identificar o *blog* como uma “coluna on-line” vem desde os primeiros *blogs* jornalísticos, ainda na década de 1990. A proximidade de ambos espaços acontece

principalmente pela proximidade estrutural da disposição do weblog à da coluna¹⁰³, e pelo forte caráter de personalização do meio - que distingue o blog de outros tipos de páginas encontradas na web – e que permite um estilo de texto mais livre e pessoal do que o noticiário comum.

O *blog jornalístico coluna* é aquele que mais proximamente se parece a uma “coluna on-line”, tendo por características as mesmas da tradicional coluna encontrada em outros suportes como o impresso, rádio ou televisão: um mosaico de informação e opinião caracterizado pela agilidade e pela abrangência (MARQUES DE MELO, 2003, p. 140). Assim como o gênero coluna tradicional, as características no que diz respeito em específico ao texto encontrado nestes blogs varia enormemente; Marques de Melo (2003) afirma que a coluna é um espaço de “entrecruzamento de varias formas de expressão noticiosa” (ibid, p. 139), que pode compor-se de notas, *suetos*, crônicas, notícias e artigos, podendo adotar, lado a lado, várias dessas formas.

No caso do *weblog*, as modificações em relação à coluna publicada em outros suportes se caracterizam através da atualização contínua, da possibilidade de comentários por parte de quem acessa o *blog* e a questão da relação do espaço do texto, já que aqui não existe a pressão de espaço e de tempo como nos outros suportes, pois “a web providenciou o espaço e a tecnologia para expansão em caminhos que a impressão e as redes de radiodifusão não tinham permitido¹⁰⁴.” (BRADSHAW, 2008c, on-line). No *blog*, o espaço é totalmente controlado pelo seu editor, que, por sua vez, pode limitar o tamanho do texto à importância do assunto tratado: se há a necessidade de escrever um texto que tenha dez parágrafos, ele o faz, assim como, também, se tiver que publicar um texto de outro site ou *blog* que seja do mesmo tamanho, também o fará. Como o espaço de armazenamento da postagem é quase infinita¹⁰⁵, o limite para publicação torna-se o interesse do blogueiro.

¹⁰³ Marques de Melo (2003, p. 139) explica que historicamente a coluna originou-se dentro da antiga diagramação vertical dos jornais, onde as matérias eram dispostas de cima para baixo, passando, se necessário, para a coluna vizinha. Daí veio o nome “coluna”, que também trazia por característica o fato de vir geralmente assinada.

¹⁰⁴ “The web provided a space and technology for expanding in ways that print and broadcast did not allow” (BRADSHAW, 2008c, on-line).

¹⁰⁵ O armazenamento do *blog* costuma variar de acordo com o serviço de hospedagem. Entretanto, dado o pouco espaço em bites que cada post ocupa, o espaço de arquivo de cada *blog* costuma ter capacidade para armazenar milhares ou até milhões de postagens.

Os *blogs* jornalísticos que exemplificam estes tipos são encontrados em grande parte dos jornais on-line brasileiros. São normalmente aqueles que 1) foram desenvolvidos a partir de uma coluna de um jornalista ou sobre um determinado assunto já existente em outro suportes; ou 2) foram criados originalmente na web “importando” seus traços definidores do formato tradicional já existente. São *blogs* jornalísticos que raramente se utilizam de links para outras páginas web que não os do próprio grupo midiático no qual estão inseridos; como diz Palacios (2006 b), são como colunas que apenas “mudaram de nome e se tornaram mais dinâmicas, com atualização contínua e a possibilidade de inserção de comentários dos leitores” (PALACIOS, 2006b, on-line). Eles contrariam o *modus operandi* em que a blogosfera se constituiu, que tem o ato de linkar, independentemente se para fora ou dentro do portal onde possam estar hospedados, como de fundamental importância. Por conta disso, são *blogs* que funcionam em uma espécie de “circuito fechado” particular, ignorando a existência de toda uma comunidade de informação externa que se retroalimenta constantemente (FOLETTTO, 2007).

A rara inserção de links externos e mesmo internos faz com que estes tipos de *blogs* acabem por não fazer parte da produção da multivocalidade característica da blogosfera. Nas palavras de Palacios (2006b), estes *blogs* enganam o leitor, “que julgam estar sendo lançados na blogosfera enquanto de fato permanece firmemente ancorado à velha e segura “Globosfera”, com o perdão do trocadilho” (PALACIOS, 2006 b, on-line). O pesquisador ainda conclui a discussão dizendo que, nestes *blogs*, há apenas apropriação do formato característico do *blog*:

“Nada de simbioses, apenas apropriação. Apropriação da forma, do nome, e - muito provavelmente -, apropriação das informações disponíveis lá fora na blogosfera, que nossos colegas da grande mídia certamente percorrem e utilizam como fonte, sem fornecer o mapa da mina a seus leitores menos avisados” (PALACIOS, 2006 b, on-line).

O *blog jornalístico coluna* costuma se valer pouco de duas das três características principais da linguagem ciberjornalística segundo Salaverría (2005): a hipertextualidade e a multimídiaalidade, “qualidades comunicativas que todo jornalista deve ter presente quando se aventura a

publicar no ciberespaço¹⁰⁶” (SALAVERRÍA, 2005, p.26). Uma das justificativas para esse pouco uso se dá pelo fato da coluna de opinião ser um formato jornalístico que se vincula mais proximamente ao discurso verbal, onde muitas vezes basta o texto para expor e justificar argumentos e opiniões (ibid, 2005, p.164). A interatividade, outra das três características da linguagem ciberjornalística segundo Salaverría (2005), se faz mais presente neste tipo de *blogs* jornalísticos. Especialmente na ferramenta de comentários, observa-se que há um interesse por parte dos leitores em comentar aquilo que lêem, sugerir outros assuntos a serem abordados, criticar ou trazer novos argumentos à um texto publicado. Entretanto, não raro esta conversação se dá apenas entre os próprios leitores do *blog*, pois o blogueiro em algumas situações somente lê os comentários, sem interagir com eles.

O mesmo Ramón Salaverría (2008), em um trabalho recente de análise dos aspectos redacionais encontrados em *blogs* jornalísticos espanhóis¹⁰⁷, traz, como uma de suas conclusões, a de que este tipos de *blogs* “coluna” são aqueles mais encontrados na Espanha:

“Os *blogs* jornalísticos espanhóis se assemelham mais à colunas de opinião do que a notícias. Essa particular semelhança dos *blogs* jornalísticos com gêneros como a coluna, o *suelto* e o editorial se concretiza em aspectos como seu modelo de titulação, onde se prima mais pela economia expressiva e pela criatividade do que pela função informativa, ou pelo seu escasso uso de links. Assim mesmo, à esta tendência ao estilo interpretativo e editorializante se adverte que quase a totalidade das postagens está composta por resenhas, “glosas” ou comentários acerca de informações tomadas de terceiros¹⁰⁸” (SALAVERRÍA, 2008, on-line).

¹⁰⁶ “Cualidades comunicativas que todo periodista deve tener presente cuando se aventura a publicar en el ciberespacio” (SALAVERRÍA, 2005, p.26).

¹⁰⁷ Salaverría (2008) pesquisou, durante duas semanas, os aspectos redacionais – como títulos, links, número de palavras nos posts e nos títulos e número de fotos, áudios e vídeos - de 10 *blogs* jornalísticos espanhóis independentes, que realizam trabalho análogo aos meios localizados nas empresas jornalísticos, por meio da análise de conteúdo.

¹⁰⁸ “Los *blogs* periodísticos españoles se asemejan más a columnas de opinión que a noticias. Esa particular semejanza de los *blogs* periodísticos con géneros como la columna, el *suelto* o el editorial se concreta en rasgos como su modelo de titulación, donde prima la economía expresiva y la creatividad por encima de la función informativa, o su escaso uso de las citas

Na pesquisa realizada para este trabalho, ainda que não feita com a mesma metodologia de Salaverría, a conclusão poderia ser parecida àquela obtida na análise dos *blogs* espanhóis. Especialmente nos casos do *Blog do Juca*, *Mundo Livro*, *PE Body County* e *Notas Musicais*, foram encontrados predominância de resenhas, notas e comentários a respeito de informações adquiridas por terceiros (ou para o outro meio para o qual trabalham, casos de Juca Kfourir, Carlos André Moreira e Mauro Ferreira), com escasso uso de links, que em todos os casos citados chegou a menos de um por postagem. Uma pesquisa com outros *blogs* jornalísticos brasileiros, incluindo aqueles vinculados à jornais on-line e/ou produzidos por jornalistas que migraram de um outro suporte para o *blog*, poderia testar se esta mesma conclusão obtida por Salaverría (2008) com os *blogs* espanhóis poderia também ser aplicada no caso brasileiro.

Um exemplo de *blog* que é bastante identificado com o tipo coluna é o do *Notas Musicais*, editado pelo jornalista carioca Mauro Ferreira, hospedado no serviço de criação de *blogs* *Blogger* e criado como sendo um “guia jornalístico do mercado fonográfico”, que traz principalmente resenhas, notas e notícias de shows, discos e DVDs de artistas da música brasileira, numa periodicidade que varia de quatro a sete postagens diárias. O uso que Mauro faz do *blog* se encaixa nas mesmas características que Marques de Melo (2003) determina para a coluna; um mosaico de informação e opinião onde pode haver um entrecruzamento de vários gêneros jornalísticos numa mesma postagem, as vezes sem distinção entre eles. Usa-se o *blog* como se usaria uma coluna num jornal diário, sem diferença no que diz respeito ao texto jornalístico.

As especificidades em relação à coluna só aparecem em aspectos que não tratam diretamente do texto, mas em elementos que dizem respeito a edição, como a formatação em que se veicula este texto, o recurso multimídia geralmente utilizado junto desse *post* - que no caso do *Notas Musicais* serve sempre como *ilustração* para o texto¹⁰⁹ e a interatividade proporcionada pela ferramenta de comentários – ainda que esta seja usada de forma pouco produtiva, como afirma Mauro:

textuales. Asimismo, esta tendencia al estilo interpretativo y editorializante se advierte en que la práctica totalidad de las notas está compuesta por reseñas, glosas o comentarios de informaciones tomadas de terceros”. (SALAVERRÍA, 2008, on-line).

¹⁰⁹ Mauro Ferreira costuma usar variar entre nenhuma e duas imagens, geralmente fotos, por postagem.

“Leio todos porque tenho que aprová-los antes (e recuso mais da metade pelo teor agressivo dos textos). Mas leio apenas, não interajo com eles” (FERREIRA, 2009).

A característica da hiperxtualidade, que como já relacionado é um traço importante da identificação do *weblog* enquanto um tipo específico de página web, aqui não se faz presente, pois Mauro não utiliza links; “Não gosto de usar links. O *Notas* tem caráter informativo; não posto links de vídeos, não disponibilizo músicas, vídeos. O *blog* é bem específico, daí o seu sucesso, na minha opinião.” (FERREIRA 2009).

A explicação de Mauro é sintomática do entendimento do *blog* apenas como mais um *suporte* para difusão de um produto jornalístico, que não traz alterações em nenhuma das características de produção do jornalismo. Os traços distintivos do *Notas Musicais* são todos identificados com o da coluna. Não há uma compreensão do que e de como o *weblog* poderia se diferenciar deste gênero já estabelecido no Jornalismo, muito porque não há conhecimento dos usos possíveis do *blog* e, principalmente, pelo fato de que não há interesse em se diferenciar. A ideia de estabelecer uma conversação com um público amplo e de estabelecer um produto jornalístico aberto e não-finalizado parece não ser o foco do *Notas Musicais* e de diversos *blogs* semelhantes que podem ser encontrados na blogosfera brasileira – pelo menos atualmente, já que futuramente isso pode vir a mudar, com a maior difusão e popularização do *blog* no Jornalismo.

3.2.2. *Blog* jornalístico “portal”

O crescimento significativo do *blog* nos últimos anos, além de potencializar a expressão de diferentes tipos de discurso na internet, está proporcionando também uma flexibilização do seu formato. Muitos *blogs* estão “evoluindo” para tornarem-se revistas eletrônicas ou portais temáticos, adquirindo características destes que, por vezes, podem até ser mais visíveis do que aquelas que o identificam como *blog*.

Uma tendência que se observa nos *blogs* jornalísticos, especialmente naqueles vinculados a empresas jornalísticas, é a aproximação das características do *blog* a dos portais temáticos. São *blogs* que, ao adquirirem uma estrutura de produção bastante complexa, produzem diversas postagens por dia, sobre variados assuntos e em diversos gêneros jornalísticos. Em alguns casos, a estrutura cronológica

reversa característica dos blogs é modificada, ganhando uma ou mais janelas de espaço de publicação das postagens ou chamadas destacando um conteúdo em específico das postagens, o que torna estes tipo de *blog* estruturalmente próximos de um portal jornalístico.

O *blog jornalístico “portal”* mantém características que são próximas daquelas que Barbosa (2003) identifica como as de “jornalismo de portal”: “dinâmica mais ágil, consolidação do modelo de notícias em tempo real ou tempo quase real (BARBOSA, 2003, p. 169)”, ao mesmo tempo em que mantém também algumas características do *blog*, principalmente no que diz respeito ao formato em ordem cronológica reversa. Com uma grande quantidade de postagens diárias, divididas normalmente em seções que abrangem distintas áreas, perde-se um pouco a capacidade em manter conversações com os mais diferentes pontos da web; o *blog* torna-se, tal qual portais, “um meio de massa na internet” (BARBOSA, 2003, p.166), onde seu conteúdo é apresentado de forma objetiva e equilibrada para que muitas pessoas o compreendam, assim como acontece em um jornal impresso de grande tiragem ou em um telejornal com grande audiência. Nestes casos, Orihuela aponta que se perde um dos grandes valores comunicativos do meio *weblog*: o de estabelecer conversações.

“Um dos grandes valores comunicativos do meio *weblog* é sua capacidade para estabelecer conversações (com outros *weblogs* e com os leitores), mas essa capacidade se dissolve quando o *blog* se modifica de escala e converte-se em um meio massivo¹¹⁰”. (ORIHUELA, 2005, p. 76)

No que diz respeito especificamente ao texto, nestes *blogs* encontra-se uma grande variação de gêneros jornalísticos – notícia, comentário, editorial, charge, crônica, reportagem – numa divisão que, ainda que não estanque tal qual aquela encontrada nos portais, não faz com que gêneros diversos convivam com frequência em uma mesma postagem. Costuma haver uma divisão específica entre os diversos gêneros, como ocorre por exemplo no *Blog do Noblat*, que traz uma

¹¹⁰ “Uno de los grandes valores comunicativos del medio weblog es su capacidad para establecer conversaciones (con otros weblogs y con los lectores), pero esa capacidad se disuelve cuando el blog cambia de escala y se convierte en un medio masivo” (ORIHUELA, 2005, p. 76).

identificação logo acima do título quando a postagem em questão é um comentário, um artigo, uma crônica ou uma das muitas seções do blog, um procedimento que ajuda o leitor a reconhecer o tipo de texto que ele vai encontrar na postagem.

Talvez o caso mais conhecido de *blog jornalístico “portal”* no Brasil, o *Blog do Noblat* é também o primeiro caso de blogueiro-jornalista profissional vinculado a uma empresa jornalística no país. Quando surgiu, em 2004, usava poucos links e tinha textos identificados ao gênero coluna. A repercussão atingida pelo *blog* em 2005 faz com que o *Blog do Noblat* adquira uma estrutura maior, com mais de uma pessoa trabalhando exclusivamente para a busca de informações a serem veiculadas no blog (NOBLAT, 2006). Isso torna possível a produção de várias postagens diárias, em um padrão de atualização contínua que não deixa a desejar se comparado a um portal jornalístico, e, também, permite com que diversas seções, dos mais variados temas, sejam incorporadas à programação diária do *blog* – seções estas que vão trazer desde artigos de escritores que também publicam no jornal *O Globo*, cuja versão on-line o *Blog do Noblat* está hospedado, até vídeos musicais e textos literários buscados na rede, passando ainda por artigos semanais a cargo de pessoas escolhidas por Ricardo Noblat. Pode-se identificar a diversidade de conteúdo que o *Blog do Noblat* apresenta como mais uma semelhança com os portais jornalísticos, onde normalmente há uma compartimentação do conteúdo em diversos “canais” (BARBOSA, 2003, p. 167).

Outras características do jornalismo de portal que Barbosa (2003) aponta e que também podem ser identificadas no tipo *blog jornalístico “portal”* é o fato de “ser alimentado por variadas fontes de informação, como agências de notícias, principalmente, e os sítios parceiros agregando conteúdo específico em determinadas áreas” (ibid, 2003, p. 170). Aqui, observa-se que o uso de diversas fontes de informação, como de agências ou outros jornais on-line, é feito com mais liberdade ainda que nos portais, pois o *blog* vale-se de uma prática costumeira na blogosfera que é a de “clipar” diversos meios jornalísticos e reaproveitar as informações publicadas para a construção de outras postagens, algo que nos portais não é realizado – pelo menos não da forma deliberada com que é realizado na blogosfera.

No que diz respeito à hipertextualidade, constatou-se que, no período em que o *blog* foi analisado, a média de links externos ficou

abaixo de um por postagem¹¹¹. Os links encontrados estão em seções do *blog* como *A Poesia do Dia*, *Vale a pena acessar*, *A música do dia*, e nas “clipagens” de conteúdo de outros veículos, feitas pela madrugada e à tarde. Naquilo que é conteúdo produzido exclusivamente por Noblat e sua equipe para o *blog*, não foram encontrados links externos no corpo do texto, mas sim links direcionados a páginas dentro do *Globo Online* ou *GI*, ambos pertencentes ao mesmo grupo a qual o *Blog do Noblat* está hospedado. Estes dados podem indicar mais um traço que identifica no *Blog do Noblat* um parentesco maior ao formato portal do que propriamente com o *weblog*, que tem o ato de linkar como um de seus elementos essenciais. Também permite concluir que aquele que Orihuela (2005) identifica como um dos grandes valores comunicativos do meio *weblog* - a sua capacidade para estabelecer conversações (com outros *weblogs* e com os leitores) - acaba por ser diminuído quando modifica-se a escala de atuação do *blog*, convertendo-o em um “meio de massa da internet” (BARBOSA, 2003).

3.2.3. *Blog* jornalístico “híbrido”

O *blog jornalístico híbrido* tem sua origem na própria criação dos primeiros *weblogs*, que se constituíram como uma mistura de links com comentários feitos de acordo com o gosto de cada editor (PAQUET, 2002), onde a liberdade dada ao blogueiro fazia com que diversos tipos de gêneros convivessem juntos, sem que houvesse necessidade de distinção entre eles. Stovall (2004) define a forma usual de uma postagem num *blog* como sendo

“Um pequeno texto (de 50 à 100 palavras) que introduz um tópico ou refere-se a uma postagem prévia. Blogueiros frequentemente compartilham algumas informações que encontraram na web, providenciando links para estas informações. Um blogueiro pode querer comentar sobre algum desenvolvimento do assunto e incluir um link como um exemplo do que estava falando. O blogueiro também é livre para incluir comentários editoriais ou frases que revelam um ponto de vista ou uma orientação

¹¹¹ Foram identificados 415 postagens e um total de 372 links externos, o que dá uma média de 0,68 link por postagem.

diferenciada da informação¹¹²,” (STOVALL, 2004, p. 31).

Este tipo de texto “híbrido”, semelhante ao caracterizado no gênero coluna, desenvolve sua especificidade na blogosfera através do uso do link para referenciar fontes, exemplificar situações, reconstruir uma discussão ou reaproveitar um conteúdo publicado em outro local. Esse tipo de prática, gerada a partir das potencialidades de conversação do ciberespaço, torna possível a produção de um conteúdo não-finalizada, onde o produto “circula” pela rede podendo ter o acréscimo de diversos pontos de vista e informações extras, numa poderosa rede de ideias coletivas, como destaca Lasica (2003):

“Os *blogs* não devem ser tomados isoladamente, mas como parte da emergência de um novo ecossistema midiático - uma rede de ideias. Ninguém deve esperar que uma notícia ou uma ideia fique completamente enclausurada em um *blog*. Na comunidade dos *blogs*, os blogueiros podem discutir, dissecar e alargar as notícias publicadas nas mídias tradicionais¹¹³” (LASICA, 2003, p.71)

Quando da popularização dos *blogs* no Jornalismo, a partir de 2003, a influência desse modo de produção dos *weblogs* foi, ao mesmo tempo que assimilada por uns, esquecida por outros, que passaram a “normatizar” o *blog* através da apropriação das técnicas tradicionalmente usadas em outros suportes para o Jornalismo (SINGER, 2005) e da tentativa de “encaixe” do *blog* em algum gênero já existente, como a coluna. Os *blogs* jornalísticos que assimilaram as características da blogosfera passaram a produzir um tipo de postagem

¹¹² “A short piece of writing (fifty to hundred words) that introduces a topic or refers to a previous entry. Writers often share some information that they have found elsewhere on the Web, and they provide a link to the information. A writer might want to comment on some development and include a link that is an example of what he or she is talking about. The writer is also free to include editorial comments or phrases that reveal a point of view or attitude toward the information”(STOVALL,2004, p.31).

¹¹³ “Weblogs should not be considered in isolation but as part of emergence new media ecosystem – a network of ideas. No one should expect a complete, unvarnished encapsulation of a story or idea at any weblog. In such a community, bloggers discuss, dissect and extend the stories created by mainstream media” (LASICA, 2003, p.71).

em muito semelhantes à descrição feita por Stovall (2004, p. 31), com a diferença de que identificadas com a deontologia jornalística.

A partir da mistura das características de um gênero tradicional como a coluna com as especificidades do *blog* surge aquilo que autores como Wall (2004), Salaverría (2005), Orihuela (2006), Robinson (2006) López (2007) Domingo & Heinonen (2008) apontam como um novo gênero do Jornalismo digital, que segundo Salaverría (2005, p. 166), pode revitalizar a antiquada seção de artigos de opinião no Jornalismo. Robinson (2006, p.77) vai apresentar como uma das características deste novo gênero jornalístico a ideia de que o clímax do texto vai estar dissolvido em toda a postagem, e não apenas no lide da abertura como acontece na notícia, por exemplo. Robinson (2006) indica outras características para este novo gênero:

“Em um primeiro nível, este modelo comunicativo de notícia presente no weblog se torna pós-moderno por causa que seu significado é obscuro e descontextualizado, e a narrativa do evento é essencialmente ausente. Em outro nível, talvez esta nova forma possa ser considerada intertextual; o blogueiro aqui está presumindo que os leitores buscarão conhecimento adicional sobre o evento a partir de outras fontes, como o rádio e a televisão. De qualquer maneira, o novo gênero implode com o formato de pirâmide invertida, e reconta o evento de acordo com o tradicional senso de importância que tem sido até agora determinado pelos jornalistas¹¹⁴” (ROBINSON, 2006, p.77).

Wall (2004) considera que as notícias apresentadas nos *blogs* são “pós-modernas na tradição do Novo Jornalismo, na qual uma versão estável da verdade (ou, pelo menos, uma versão de verdade na noção

¹¹⁴ No original em inglês, “the climax is hidden among the clouding of weather patterns. On one level, the communicative model of news has suddenly become post-modern because meanings is obscured and acontextual, and the narrative of the event is essentially absent. On another level, perhaps the new form could be considered intertextual as the blogger here is presuming readers’ additional knowledge of the event from other sources such television and radio. Either way, the format explodes the inverted pyramid of a comprehensive retelling of an event according to a traditional sense of importance that has hitherto been determined by journalists” (ROBINSON, 2006, p. 77)

tradicional da prática jornalística) não existe mais¹¹⁵”(WALL, 2004, on-line). Segundo Robinson (2006) e Wall (2004), o texto, nestes casos, ademais de poder ser linear e respeitar os cânones da linguagem jornalística, pode também ser não-linear, sem lide de abertura, baseado em uma narrativa pessoal e opinativa, com o texto aberto aos acréscimos e correções do usuário e com o uso do link como forma de dar credibilidade aquilo que se fala.

São exemplos identificados com o *blog jornalístico tipo híbrido* os casos do *Tiago Doria Weblog* e do *RS Urgente*. Observa-se neles dois aspectos que são identificados aqui como característicos destes tipos; o hibridismo de gêneros e o uso do potencial conversacional da blogosfera (e do ciberespaço) no processo de publicação das postagens. O texto das postagens é, assim como o da coluna, uma mistura de diversos gêneros jornalísticos, que são utilizados de acordo com a ideia que o autor quer expressar – o que, no caso de Tiago Doria, também se traduz na busca de uma linguagem simples: “Procuró usar uma linguagem simples, explicar de forma simples. O *blog* é muito elogiado por falar de assuntos meio difíceis de forma bem simples” (DORIA, 2009). Percebe-se tanto no *Tiago Doria Weblog* quanto no *RS Urgente* que o uso da primeira pessoa acontece, mas não é regra, assim como não se identifica um compromisso com a objetividade tal qual acontece no Jornalismo convencional. Seja no *blog jornalismo híbrido* ou nos outros dois verificados anteriormente, a ideia de padronização de estilo no *blog* jornalístico não parece existir, como também salienta o jornalista Ricardo Noblat:

“Graças a Deus ainda não tem manual de redação para *blog*. E espero que não exista nunca. No *blog* você pode exercitar com muito mais liberdade seu jeito, gosto, seu modo de escrever as coisas. Você em jornal, rádio ou televisão está muito amarrado por uma série de regras estabelecidas: fórmulas que você aprende na escola ou dentro das redações, por uma pretensa linguagem neutra ou objetiva. No *blog* você pode misturar todos os gêneros jornalísticos. Num mesmo *post* posso dizer que o Lula ganhou a eleição, porque que ele ganhou e em seguida dar

¹¹⁵ “Post-modern news in the tradition of New Journalism, in which a stable version of truth (or at least traditional notions of journalistic form) no longer exists” (WALL, 2004, on-line).

minha opinião. Tudo isso numa mesma nota. Não é que eu tenha que fazer isso, mas ninguém me proíbe. Não tem regra“(NOBLAT, 2006, on-line).

No tipo aqui identificado, o link é elemento essencial no que diz respeito à redação e a edição dos postagens. “A identificação dos links é fundamental, não só do ponto de vista da honestidade em relação às fontes de informação, quanto também para a ampliação da rede de informação e relacionamento que vai se construindo” (WEISSHEIMER, 2009). O link é utilizado para dar credibilidade ao que se está tratando, para referenciar a origem das informações usadas na postagem, para indicar o caminho percorrido pela informação até chegar a ser publicada e para ilustrar ou oferecer dados complementares que auxiliem na compreensão do fato abordado no *post*. Em todas estas situações, observa-se que o link, colocado como um dispositivo essencial da escrita hipertextual (MIELNICZUK, 2003), também funciona como um elo de ligação com outras páginas da web que vão ajudar a construir o produto jornalístico veiculado na postagem.

A diferença no uso do link do *blog jornalístico híbrido* para outras categorias do webjornalismo se dá na medida em que ele traz a prática do *blogging* para o jornalismo, como aponta Bruns (2005, p. 180). No caso do *Tiago Doria Weblog*, a alta média de links externos por postagem - 6,68 - em comparação aos outros *blogs* analisados permite uma compreensão de que mais do que um produtor de conteúdo, o *blog* jornalístico pode ser um agregador de diversos produtores de conteúdo, o que vai no sentido do que fala Rothemberg (2003) quando afirma que “é útil visualizar o blogueiro mais como um curador do que como um artista”¹¹⁶, (ROTHERMBERG, 2003, on-line).

Mais do que veicular informações em primeira mão, a questão da prática de referenciar fontes no ciberespaço através de links permite ao *blog jornalístico híbrido* agrupar diferentes versões de um dado fato, noticiado pela primeira vez seja em outro local jornalístico seja diretamente na página da própria fonte da informação. Deste modo, o produto jornalístico pode vir a ser melhor contextualizado, com mais pontos de vista sobre o acontecido, o que permite ao leitor do blog uma compreensão mais plural de uma dada realidade.

¹¹⁶ “It is helpful to view the weblogger as curator, rather than as artist” (ROTHERMBERG, 2003, on-line).

Para finalizar o capítulo, poderia-se apontar, como uma sugestão para a produção de um Jornalismo mais qualificado, a ideia proposta por Bradshaw (2008e) e que todos os tipos de *blogs* jornalísticos aqui identificados poderiam adotar:

“Em vez de dizer ‘teríamos que (e replicar aquilo que já está lá fora), você pode dizer ‘o que nós fazemos melhor?’. Ou seja, "qual é o seu ponto forte?". Isso significa que quando você se sentar para ver uma notícia que outros já tenham produzido, você deve perguntar ‘podemos fazer melhor?’ Se não puder, então referencie-a através de links, e dedique o seu tempo para aquilo que você pode fazer melhor¹¹⁷“(BRADSHAW, 2008e, on-line).

A sugestão do autor britânico é baseada numa outra comentada pelo blogueiro estadunidense Jeff Jarvis (2007), que traz como uma nova regra para o Jornalismo produzido no ciberespaço a ideia de “Cover what you do best and link to the rest”, que poderia ser traduzido por “cubra aquilo em que você é melhor e link para o restante”. No processo atual de transformação que o jornalismo está passando por conta do advento das redes telemáticas, Jarvis (2007, on-line) diz que se faz necessário cada vez mais direcionar os leitores para a melhor cobertura de um fato, e não para a 87ª versão da mesma cobertura republicada *ad infinitum* através da internet.

No próximo capítulo, parte-se para a análise justamente daquilo que faz as pessoas terem acesso ao que é produzido nos *blogs* jornalísticos: os mecanismos de circulação. Vai-se tratar de como se constitui a circulação nos *blogs* jornalísticos, a última das etapas do processo de produção no Jornalismo.

¹¹⁷ “Instead of saying “We should have that” (and replicating what is already out there), you say “what do we best?” That is, “what is your unique value?” It means that when you sit down to see a story that other have worked on, you should ask” can we do it better?” If not, then link. And devote your time to what you can do better (BRADSHAW, 2008e, on-line).

CAPÍTULO QUATRO

CIRCULAÇÃO NOS *BLOGS* JORNALÍSTICOS

No capítulo anterior falou-se dos aspectos que envolvem o texto e a edição no *blog* jornalístico, na terceira das quatro etapas que determinam o processo de produção no jornalismo. Aqui, no último capítulo desta dissertação, o foco é a questão da circulação nos *blogs* jornalísticos. São perguntas que este capítulo tenta responder: como se dá o funcionamento da circulação no ciberjornalismo e no *blog* jornalístico? Quais modelos podem ser aplicados para explicar a circulação no ciberjornalismo e nos *blogs* jornalísticos? Como funciona o *modus operandi* de circulação na blogosfera? Quais mecanismos são utilizados pelos blogs para circular suas informações na web?

Como a última das quatro etapas que caracterizam o fenômeno jornalismo, a circulação vai se estabelecer como “um dos maiores desafios existentes no Jornalismo enquanto uma atividade industrial complexa: distribuir as informações pelos mais diversificados canais para que alcancem o máximo possível de pessoas” (MACHADO, 2006, p.1). A circulação do produto jornalístico vai completar um processo que, começando na apuração, só ganha existência plena quando circula e ativa as relações entre os indivíduos, contribuindo assim para estimular o processo de conversação necessário para que possa se constituir enquanto um produto social (PARK, 1925).

O jornalismo como instituição social estabelecida na Modernidade se erigiu, no século XIX, através da complexificação dos sistemas de circulação, desenvolvidos por grandes empresas que passaram a verticalizar e centralizar suas estruturas a fim de conseguirem distribuir um grande número de informações a um maior número de pessoas em lugares cada vez mais distantes geograficamente. Como diz Machado (2006),

“a estrutura vertical e centralizada destas verdadeiras fábricas de produção de informações acabou por condicionar os sistemas de circulação, concebidos como sistemas de distribuição, que

tinham como finalidade dar vazão a conteúdos centralmente elaborados para um conjunto massificado de leitores, definidos como consumidores de notícias, produzidas por profissionais especializados, os jornalistas” (MACHADO, 2006, p. 22).

Ao quebrar a simplicidade do até então sistema vigente, que contava com um pequeno número de consumidores de informações limitados a uma área geográfica coberta por um jornal, estes sistemas de circulação transformaram-se em sistemas de *distribuição* de informações, que passavam a operar de forma centralizada, com uma hierarquia rígida entre seus participantes e tendo como principal objetivo a entrega das informações a um consumidor final.

Esta estrutura rígida e centralizada de distribuição se consolidou no século XX, servindo como “molde” também para a circulação dos produtos jornalísticos em tecnologias que foram se incorporando à produção do jornalismo, como a televisão e o rádio. Nela, o telespectador, o leitor e o ouvinte recebiam “somente uma dose diluída dos dados concentrados na forma de notícias publicadas, emitidas ou disponibilizadas” (MACHADO, 2006, p.12). A escolha desse “pacote” de informações por um grupo específico de pessoas, os jornalistas, aumentou a distância social entre estes produtores e os consumidores de mensagens, e “com o desenvolvimento dos meios massivos, o controle de qualidade da produção no jornalismo reforçou a função do público como uma audiência” (ibid, 2006, p.12).

A partir de meados do século XX, especialmente da década de 1970, “o Jornalismo empreendeu um profundo processo de reestruturação em seus sistemas de circulação para aproximar-se aos consumidores (ibid, 2006, p.4). Descentralizaram-se as estratégias de difusão do jornal, vinculando-as a evolução da demanda em cada ponto específico do território. O diário de grande circulação, produto fundador das empresas jornalísticas no século XIX, não era armazenável por um longo período devido à perda da atualidade, assim como os programas jornalísticos de rádio e televisão, e desta forma condicionava a eleição dos circuitos de distribuição à capacidade de facilitar uma comodidade de aquisição ou difusão máximas (MORGAINÉ, 1972; MACHADO, 2006).

O advento da internet possibilita uma mudança significativa nos sistemas de distribuição de informações no jornalismo. Até então, o alto

custo para manter um sistema de distribuição permitia uma divisão assimétrica do poder entre as empresas, que detinham o capital, os jornalistas, que ofereciam sua força de trabalho para a produção, e os demais cidadãos, que se constituíam como a audiência consumidora do produto final. Este esquema se submetia a uma arquitetura central e hierárquica, onde poucos escolhiam o que muitos iam consumir.

A arquitetura das redes digitais e do ciberespaço, por sua vez, ainda que não supunham o fim da hierarquia, comportam uma multiplicidade de emissores e uma horizontalidade muito mais acentuada (MACHADO, 2000). É dada a possibilidade aos usuários de se organizarem de modo diferente ao do esquema tradicional dos meios de massa, que, no jornalismo, estabeleciam uma relação com os seus leitores, ouvintes ou telespectadores que pode ser comparada a de uma rede centralizada, onde um *hub* central conecta diversos nós individuais que não se conectam diretamente a outros nós (WALKER, 2008, p.62). Organizada como uma rede distribuída, “onde cada computador está conectado a um número adjacente de computadores ao invés de um único *hub* central¹¹⁸” (ibid, 2008, p.61), a internet permite aos seus usuários que fujam de uma única rede central de informações, que as distribui conforme pacotes pré-determinados de dados escolhidos por jornalistas conforme uma série de critérios e constrangimentos de toda a espécie.

Nesse sentido, os sistemas de circulação na rede se diferenciam daqueles tradicionalmente utilizados nos meios de massa também com relação à sua nomenclatura. Passam a, efetivamente, serem chamados de *sistemas de circulação*, mais flexíveis, e que apresentam como características o funcionamento sem a necessidade de uma hierarquia rígida; a adoção da descentralização como modelo padrão; e, tendo como objetivo principal, a disseminação das informações produzidas em diferentes polos. É um contraponto aos *sistemas de distribuição* característicos dos meios de massa, que operam de forma centralizada, mantém uma hierarquia rígida entre os participantes e tem como objetivo principal a entrega das informações ao consumidor final (MACHADO, 2006, p.9). Como aponta o autor, “um simboliza a apologia ao consumo enquanto o outro simboliza a apologia da participação” (ibid, 2006, p. 9). Nas palavras de Silva Jr (2007),

¹¹⁸ “Where each computer is connected to a number of adjacent computers rather than a single, central hub” (WALKER, 2008, p.61)

“trata-se de uma dicotomia entre uma lógica radial (a distribuição), onde a notícia está vinculada a um centro de emanção, e uma lógica circular, onde o recorte noticioso se estabelece a partir de trocas entre os epicentros informativos e alternativas diversas de alimentação do sistema” (SILVA JR., 2007, on-line).

4.1. *Modus operandi* e circulação na blogosfera.

Como se sabe, o *blog* foi criado como um tipo de página web pessoal onde seu autor indicava links para outras endereços da web e tecia breve comentários sobre estas páginas. Inicialmente se estabelece como um meio de nicho, que não tem a pretensão (e o interesse) declarado de ser lido pelo máximo de pessoas possíveis, mas sim por um determinado grupo de pessoas que não necessariamente precisa ser muito grande: “Muitas vezes uma audiência de quinze amigos próximos, ou quinze pessoas que estão realmente interessados no que vocês está escrevendo, é perfeitamente suficiente¹¹⁹” (WALKER, 2008, p. 57). O foco dos primeiros blogueiros estava mais em compartilhar aquilo que eles achavam de interessante na web e, a partir daí, estabelecer uma relação comum com outros que se interessavam pelo mesmo assunto do que propriamente produzir um conteúdo para uma audiência massiva e passiva. “Ao contrário da comunicação de massa, que partia de poucos produtores para uma enorme e largamente passiva audiência, os blogs se apoiam em pequenas e densas audiências constituída de muitos produtores¹²⁰” (ibid, 2008, p. 57).

A ideia inicial do *blog*, portanto, estava focada no compartilhamento de conteúdos diversos, de modo que a circulação destes conteúdos se dava de modo espontâneo, através dos links e comentários que os blogueiros estabeleciam entre si. Neste sistema de circulação, constituído fundamentalmente em pequenas audiências, o ato de linkar um outro *blog* se dava naturalmente; tal qual amigos que

¹¹⁹ No original em inglês, “Often, an audience of fifteen close friends, or fifteen people who are genuinely interested in what you are writing about, is quite sufficient”. (WALKER, 2008, p. 57)

¹²⁰ “Instead of mass communication from a few producers to large, mostly passive audiences, blogs support a dense of small audiences and many producers (WALKER, 2008, p. 57).

trocam informações e através delas conhecem mais amigos, os blogueiros trocavam links, e cada link trocado havia a possibilidade de conhecer mais outros blogueiros, estipulando-se assim um *modus operandi* generoso onde todos pareciam ganhar:

“O sistema de conteúdo gerado na rede dá ao *weblog* um funcionamento segundo uma lógica a que se deve o seu sucesso e a sua sobrevivência. É um “sistema ricco”. Pela sua própria natureza, o *blog* é um ato de generosidade: como um nodo em um sistema de leitura, ele desloca a atenção (e o leitor) para outras fontes em vez de tentar restringi-lo em sua página. O mecanismo é simples mas eficaz: se um blogueiro lê uma postagem interessante em outro *blog*, ele o cita linkando a fonte e indicando ao visitante a nova direção. Esta escolha, que num regime de concorrência seria suicídio, no ‘sistema weblog’ é de praxe. Neste modelo todos ganham. O autor da primeira postagem, porque recebe uma nova atenção; o autor da citação, porque dá uma contribuição qualitativa aos seus leitores; e, finalmente, o próprio leitor, que vê aumentar sua probabilidade de encontrar conteúdo interessante na rede¹²¹” (GRANIERI, 2005, p. 38-39).

Como elo fundamental de circulação dos *blogs*, o link torna-se também quantificador de poder de um *blog*, na medida em que potencializa sua visualização por toda a rede: “Se você tem vários *blogs* linkando para o seu, mais facilmente ele será encontrado não apenas pelos leitores destes outros *blogs* que seguiram os links para o seu *blog*, mas também pelos mecanismos de busca e páginas como o Technorati,

¹²¹ No original em italiano, “Il sistema di contenuti generato in Rete dà il weblog funziona secondo logiche diverse e a queste logiche deve il successo e la sopravvivenza. È un “sistema ricco”. Per la sua stessa natura, il blog è un atto di generosità: essendo un nodo in un sistema di lettura, sposta l'attenzione (e il lettore) su altre fonti invece di cercare di trattenerlo sulle sue pagine. Il meccanismo è semplice ma efficace: se un blogger legge unpost interessante in un altro blog, lo cita linkando la fonte e indirizzando il visitatore verso nuovi lidi. Questa scelta che in un sistema competitivo sarebbe un suicidio, nel “sistema weblog” è prassi. In questo modello ci guadagnano tutti: l'autore del primo post perché riceve nuova attenzione, l'autore della citazione perché ha fornito un input qualitativo al suo lettore e, infine, il lettore stesso, che vede incrementare la probabilità di incontrare contenuti interessanti” (GRANIERI, 2005, p. 38-39).

que indexam links¹²²” (WALKER, 2008, p.64). Quando indica outros blogs ou páginas em suas postagens, o blogueiro expande a visibilidade dos links e acaba por conferi-lhes crédito e confiabilidade, sinalizando à todos o que há de importante na blogosfera. “Funciona como uma eleição informal, já que linkar é oferecer, sugerir, assinalar positivamente” (CHRISTOFOLETTI & LAUX, 2006, p.76).

A especificidade dos *blogs* em relação a outras páginas da web e da blogosfera em relação a outros espaços localizados no ciberespaço é em “sua natureza aparentemente dirigida e referencial, que dá à eles uma rica infraestrutura de informação relacional¹²³” (ROTHERMBERG, 2003, on-line). Como afirma Bruns (2005, p. 180),

“Enquanto muitas páginas tradicionais e estáticas frequentemente consistem de links para os sites favoritos do seu editor, o que é importante no *blog* é a facilidade com que os blogueiros podem continuamente adicionar links para informações externas e inserir estes links em suas postagens – o que então é definido como a prática do *blogging*¹²⁴” (BRUNS, 2005, p. 180)

O *blogging*, prática característica da blogosfera, é um sistema que nasceu dentro da lógica do ciberespaço, “em que a produtividade da informação depende da capacidade que tenha de circular e de ativar relações entre os participantes do sistema” (MACHADO, 2006, p.22). Desenvolve-se de maneira horizontal e dinâmica, onde a hierarquização é estabelecida pelos próprios blogueiros em um tipo de eleição equilibrada, onde os “votos” são dados por todos aqueles que participam da blogosfera.

Por conta destas características, a blogosfera difere do sistema massivo de distribuição das informações tradicionalmente utilizado pelo Jornalismo, organizado numa arquitetura vertical onde quem ocupa a

¹²²“ If you have a lot of other blogs linking to you your blog will more easily found not only by the readers of those other blogs who follow the links to your blog, but also by search engines and sites like Technorati, that index links” (WALKER, 2008, p. 64).

¹²³“In their outwardly directed referential nature that makes them a rich infrastructure of relational information” (ROTHERMBERG, 2003, on-line).

¹²⁴ No original em inglês, “while even many traditional, static homepages frequently consisted of links to their creator's favorite sites, what is significant about blog is the ease with which bloggers can add up-to-date links to outside information and embed such links in their blog entries – to do so is a defining practice of Blogging”, (BRUNS, 2005, p. 180).

posição central é aquele que detêm as condições técnicas e financeiras para isso. Ainda que exista hierarquia na blogosfera, ela é estabelecida de uma maneira mais democrática e descentralizada do que nos sistemas de circulação anteriores. A posição central, “condição necessária para a efetiva circulação da informação e para a visibilidade do nodo entre os buscadores¹²⁵” (ORIHUELA, 2005, p. 74)”, pode ser obtida sem que o blogueiro tenha que fazer altos investimentos financeiros ou técnicos, bastando para isso que ele ative relações entre os participantes da blogosfera. Por sua vez, estas relações podem ser estabelecidas de diversas formas distintas, que vão desde a óbvia qualidade do conteúdo produzido pelo blogueiro até as diversas relações já estabelecidas por ele fora do ambiente web que podem ser “transportadas” para a web, dando ao blogueiro (e, por consequência, seu *blog*) uma posição central e de destaque na web. A maneira com que cada um ativa suas relações no ciberespaço e na blogosfera é, precisamente, o mistério sob o qual reside o sucesso de cada blog.

O crescimento exponencial do *weblog* durante os anos da década de 2000 tornaram a blogosfera um sistema cada vez mais complexo, onde o número de blogueiros e usuários de blogs passou a ser equivalente aos tradicionais meios de massa¹²⁶. Nesse contexto, surgem *hubs de blogs*, criados para ajudar na organização e na hierarquização da blogosfera. São páginas como *Technorati*, *Digg*, *Blogger* e *Wordpress*¹²⁷ que funcionam desde como “*metablogs*”, que indexam outros *blogs* e os hierarquizam de acordo com determinados critérios, até plataformas que fornecem ferramentas de publicação gratuitas para “blogar”.

O principal critério utilizado para o estabelecimento de uma hierarquia na blogosfera é, como não poderia deixar de ser, o link. O *Technorati*, a mais conhecida e utilizada ferramenta para indexar blogs,

¹²⁵ “Condición necesaria para la efectiva circulación de información y para la visibilidad del nodo ante los buscadores” (ORIHUELA, 2005, p. 74).

¹²⁶ Segundo dados do *State of Blogosphere* de janeiro de 2008, produzido pelo *Technorati*, o número total de blogs chegava a 112 milhões, registrando um crescimento médio de 175 mil unidades por dia. Cabe salientar que o *Technorati* só registra os blogs que estão registrados em seu motor de busca, o que indica que deve haver um número ainda maior de blogs.

¹²⁷ O *Technorati* funciona no endereço <http://technorati.com>. O *Blogger* (<http://www.blogger.com>) é a página central que oferece o serviço de criação de blogs. Não confundir a página do Wordpress (<http://www.wordpress.com>) que hospeda blogs e aquela que disponibiliza gratuitamente o sistema de gerenciamento de conteúdos na web, utilizado para a criação de páginas web e *blogs* (<http://www.wordpress.org>).

estabelece uma modo de funcionamento parecido ao do *Page Rank*¹²⁸, utilizado pelos sistemas de busca do *Google*: cada página criada no *Technorati* ganha um “voto”, que é como se caracteriza um link em qualquer blog indexado pela ferramenta do *Technorati* para aquela página. “Votos” de *blogs* mais importantes valem mais do que “votos” de blogs menos importantes, de modo que os mais importantes são aquelas que recebem mais “votos” na média de links de *blogs* mais importantes com de outros menos importantes. A este critério de votação estabelecida pelos links o *Technorati* chama de *Authority*,

“Uma simples, mas profunda ideia - que a relevância de uma página pode ser determinada pelo número de outras páginas que apontam para ela e, portanto, consideram que ela é “importante”. No mundo dos *blogs*, hiperlinks são ainda mais significativos, uma vez que os blogueiros frequentemente linkam e comentam em outros *blogs*, o que cria o senso de oportunidade e conexão em uma conversação¹²⁹,” (ABOUT, TECHNORATI).

Pode-se dizer que quanto maior for o número de *Authority* do *blog*, mais efetiva vai se dar sua circulação pelo ciberespaço; mais ele vai percorrer diferentes locais da web, o que indica que vai ser lido – ou pelo menos acessado – por um grupo considerável de pessoas. Como salienta Walker (2008), ferramentas como o *Technorati* não apenas indicam os blogs mais populares (ou pelo menos os mais linkados), mas

¹²⁸ Segundo o verbete em português na Wikipédia, *PageRank* é “uma família de algoritmos de análise de rede o qual dá pesos numéricos a cada elemento de uma coleção de documentos hiperligados com o propósito de medir a sua importância dos elementos desse grupo por meio de um motor de busca”. Cada página que o algoritmo do Google reconhece ganha um “voto”, que é como se caracteriza um link em qualquer lugar da Internet para aquela página. “Votos” de páginas mais importantes valem mais do que “votos” de páginas menos importantes, de modo que as páginas mais importantes são aquelas que recebem mais “votos” na média de links de páginas mais importantes com de outras menos importantes e ocupam, assim, os primeiros lugares quando de uma busca no *Google*. O *PageRank* foi desenvolvido e patenteado na Universidade de Stanford em 1998 pelos fundadores do *Google*, Larry Page e Sergey Brin.

¹²⁹ “A simple but profound idea – that the relevance of an site can be determined by the number of other sites that link to it, and thus consider it “important”. In the world of blogs, hyperlinks are even more significant, since bloggers frequently link to and comment on other blogs, which creates the sense of timeliness and connectdness one would have in a conversation” (ABOUT, TECHNORATI).

“permite também que você pesquise qualquer blog ou qualquer URL e veja o que outros *blogs* estão linkando para ela. Ao monitorar links de blogs, o *Technorati* oferece uma ferramenta para seguir tendências na web¹³⁰” (WALKER, 2008, p. 58).

4.2. Modelos de circulação nos blogs jornalísticos

O potencial de criação de uma rede de circulação de informações descentralizada e dinâmica que o ciberespaço possibilita foi, e ainda é, uma questão a ser melhor desenvolvida no ciberjornalismo. O histórico de implantação dos primeiros jornais on-line, em meados da década de 1990, esteve inicialmente marcado por uma transposição do sistema de distribuição de informações tradicional dos meios de massa, e só mais recentemente, a partir de 2004, é que houve multiplicação de sistemas de circulação ancorados em tecnologias dinâmicas e descentralizadas (GILLMOR, 2004; MACHADO, 2006) que se adequam mais a lógica do ciberespaço.

Para entender os modelos de circulação em desenvolvimento no ciberespaço, Machado (2006) faz uma distinção dos sistemas de circulação ou de distribuição de notícias em *estáticos* ou *dinâmicos*. Os *sistemas dinâmicos* tem como característica principal ir ao encontro dos consumidores das informações, enquanto que nos *sistemas estáticos* os interessados é que necessitam ir em busca das publicações para ter acesso às informações. Como aponta o pesquisador,

“No primeiro caso, um bom exemplo seria a venda na rua das publicações, a entrega em casa aos assinantes ou os serviços de envio de notícias por correio eletrônico. Já no segundo teríamos a venda em banca, a disseminação em emissoras de rádio e televisão em horários pré-determinados ou a disponibilização das informações em portais em que o interessado deve ir até o local de venda, sintonizar a emissora de rádio, o canal de televisão ou acessar o portal. (MACHADO, 2006, p. 15).

¹³⁰ “It not only the most popular (or at least the most linked-to) blogs, it also allows you to search for any blog or any URL and see which other blogs are linking to it. By tracking links from blogs, Technorati provides a tool for following trends” (WALKER, 2008, p. 58).

Numa primeira fase de desenvolvimento do Jornalismo no ciberespaço, de 1995 a 1998, predominava-se o sistema estático, onde a empresa jornalística mandava ao usuário (e consumidor) notícias pré-selecionadas tal qual acontecia fora da rede, agora com o diferencial delas serem enviadas por e-mail, ou então a empresa colocava as notícias em uma página web para que o usuário as usufruísse por sua conta. Nesta fase, salienta Machado, “a preocupação era a de enviar notícias personalizadas aos usuários em vez de estimulá-los a buscá-las no ciberespaço ou assumir alguma função no processo produtivo” (ibid, 2006, p. 16).

A partir de 1998, ocorre um desenvolvimento de sistemas dinâmicos, centralizados e descentralizados, de circulação de informações jornalísticas. Nos centralizados, ocorre que “o usuário procura a organização jornalística e faz as opções do tipo de material que deseja receber periodicamente por e-mail (ibid, 2006, p. 16), enquanto que os descentralizados ocorrem “quando os próprios usuários enviam entre si estes conteúdos ou quando são utilizadas tecnologias de compartilhamento de informações capazes de aumentar a produtividade da circulação” (NOGUEIRA 2005 apud MACHADO, 2006). Segundo Gillmor (2003) e Machado (2006), os sistemas dinâmicos e descentralizados se consolidam principalmente depois de 2004, quando há a criação de diferentes instrumentos baseados na web que passam a ser utilizados na circulação de produtos jornalísticos, com destaque para o RSS, um agregador de conteúdos que permite que o usuário possa saber das atualizações de determinada página sem precisar visitá-la, o *Digg*, que reúne diversos links enviados e avaliados pelos usuários, numa combinação de blog, RSS e *social bookmark*, o *Delicious*, uma ferramenta para arquivar e catalogar páginas da web para que se possa acessá-los de qualquer lugar, e, mais recentemente, o *Twitter*, um serviço de *microblogging* que permite aos usuários o envio de mensagens em textos de até 140 caracteres e que atualmente é um dos serviços mais populares e estudados pelo jornalismo digital¹³¹.

¹³¹ Um dos artigos recentes que tratam da especificidade do uso do twitter no jornalismo é o de Zago (2008), *O Twitter como suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos*, que consta também nas referências deste trabalho. Segundo dados do próprio *Twitter*, em abril deste ano a página contava com 32 milhões de usuários. Já dados do Instituto de pesquisa *Nielsen Online* apontam, comparando o número de acessos ao *Twitter* em fevereiro de 2009 com o mesmo período do ano passado, que a ferramenta de microblog cresceu 1382% de um

A partir da classificação de Machado (2006), pode-se dizer que os *weblogs*, tal como surgiram, tem como sistema de circulação predominante o *dinâmico*, onde os blogueiros vão ao encontro dos consumidores e/ou produtores de informações. O próprio *modus operandi* da blogosfera se constituiu de maneira dinâmica; é um sistema que nasceu dentro da lógica do ciberespaço, “em que a produtividade da informação depende da capacidade que tenha de circular e de ativar relações entre os participantes do sistema” (MACHADO, 2006, p.22). Desenvolve-se de maneira horizontal e dinâmica, onde a hierarquização é estabelecida pelos próprios blogueiros em um tipo de eleição equilibrada, onde os “votos” são dados por todos aqueles que participam da blogosfera.

A blogosfera difere do sistema massivo de distribuição das informações tradicionalmente utilizado pelo jornalismo, organizado numa arquitetura centralizadora onde quem ocupa a posição central é aquele que detêm as condições técnicas e financeiras para a produção e distribuição das informações. Ainda que exista hierarquia na blogosfera, ela é estabelecida de uma maneira mais democrática e descentralizada do que nos sistemas de circulação anteriores. A posição central na rede pode ser obtida sem que o blogueiro tenha que fazer altos investimentos financeiros ou técnicos, bastando para isso que ele ative relações entre os participantes da blogosfera. Por sua vez, estas relações podem ser estabelecidas de diversas formas distintas, que vão desde a óbvia qualidade do conteúdo produzido pelo blogueiro até as diversas relações já estabelecidas por ele fora do ambiente do ciberespaço que podem ser “transportadas” para a web, dando ao blogueiro (e, por consequência, seu *blog*) uma posição central e de destaque na rede.

Quando incorporados pelo Jornalismo, ocorre o processo que Singer (2005) chama de “normatização” dos *weblogs*, que também altera a mecânica do funcionamento da circulação em alguns *blogs*. Principalmente naqueles criados dentro de empresas jornalísticas, o constrangimento sofrido por uma adequação às normas jornalísticas e a uma lógica de mercado muitas vezes impede ou dificulta que o elo fundamental pelo qual se constituíam as relações na blogosfera, o link, seja utilizado na indicação de páginas fora do portal a qual está vinculado o blog. Estes *blogs* passam a perder algumas características

que identificavam o *modus operandi* “generoso” (GRANIERI, 2005) da blogosfera, mais próximo a um sistema *dinâmico* de circulação, e alguns deles adotam estratégias comuns ao sistema de circulação *estático*, onde se pressupõe uma distribuição linear de informações à usuários que tem de buscar por conta própria aquela *blog* na web.

Em casos de *blogs* como os da empresa RBS, que atua em Rio Grande do Sul e Santa Catarina, a restrição ao link externo não é feito pela empresa, mas são os próprios jornalistas que, não estando acostumando com a prática de referenciar uma página externa ao portal da empresa, acabam pouco utilizando deste tipo de ligação, como verificado no estudo de Machado, Kerber e Manini (2008).

O desenvolvimento e a popularização de ferramentas como o *RSS*, *Digg*, *Delicious* e *Twitter*, faz com que os principais jornais on-line passem a adotá-las em todo aquele conteúdo que disponibilizam, o que também inclui os *blogs*. Como também todos os principais serviços de criação de *blogs* gratuitos disponibilizam pelo menos o *RSS* para os *blogs* que hospedam, diminuem aqueles *blogs* jornalísticos que tem a circulação estritamente estática e centralizada no acesso ao *blog* somente pelo seu endereço na web. Desta maneira, para se identificar hoje os sistemas de circulação nos *blogs* jornalísticos, fica mais fácil se falar em *sistemas de circulação dinâmicos simples* e *complexos* do que em de sistemas *estáticos* e *dinâmicos*, na medida em que são raríssimos (para não dizer que não existem) os casos de *weblogs* jornalísticos que não utilizam pelo menos um meio de chegarem ao seus leitores de modo que eles não precisem buscá-los.

Para uma melhor delimitação dos modelos adotados para a circulação nos *blogs* jornalísticos, vai-se trabalhar aqui com a concepção de *circulação dinâmica complexa* a partir da ideia de maior descentralização do processo, ocasionada pelo uso de diversas (mais de três) ferramentas para circular as informações no ciberespaço, e com *circulação dinâmica simples* para caracterizar aqueles *blogs* que utilizam até duas ferramentas para circular no ciberespaço. A seguir, vai se caracterizar cada um destes dois modelos.

4.3. *Weblogs* jornalísticos com sistemas de circulação dinâmicos complexos

A existência de *weblogs* jornalísticos que circulam de forma descentralizada, através de várias redes e pontos de circulação que

funcionam ao mesmo tempo, está ligada a ideia de menor grau de “normatização” dos *blogs* pelo jornalismo (Singer, 2005). Em geral, identifica-se que os *weblogs* jornalísticos que se aproximam do *modus operandi* da blogosfera e que tem como prática corrente o *blogging* são aqueles onde a circulação de seus conteúdos se dá de uma forma dinâmica mais complexa, através do uso de diversas ferramentas ao mesmo tempo, desde as mais simples como a lista de e-mails e o *blogroll* até formas mais complexas como *RSS*, *Digg*, *Delicious* e o *Twitter*. Como salienta Machado (2006), o tipo de produto que circula nestes sistemas, a informação jornalística, “possibilita que em função do tempo de consumo um mesmo fato possa ser compartilhado com diferentes tipos de público, utilizando redes de circulação distintas” (MACHADO, 2006, p. 19).

O uso de diferentes ferramentas de circulação no ciberespaço por parte dos blogs jornalísticos abre possibilidades para ser instituída uma efetiva conversação com os usuários da web. Estes, tendo acesso ao conteúdo do *blog* de diferentes formas, tem também a sua disposição mais canais para fiscalizar ou mesmo participar do processo de produção no jornalismo, o que é característico dos sistemas mais complexos de circulação jornalística, onde o usuário tanto colabora na produção quanto consome as informações, em contraponto aos sistemas mais simples em que o usuário somente consome as informações produzidas pelos profissionais (ibid, 2006, p.19).

Na medida em que estes *blogs* jornalísticos estabelecem uma conversação com o ciberespaço e estimulam os usuários a participar do processo de produção, também aumentam a sua visibilidade perante aquelas ferramentas que indexam *blogs*, como são os casos dos *meta-blogs*, definido por Bruns (2005) como “páginas que analisam e hierarquizam um grande número de blogs e suas postagens individuais a partir da classificação em diferentes níveis de seu conteúdo”¹³², (BRUNS, 2005, p. 185). Segundo Bruns (2005, p. 207), os *meta-blogs*

“empregam uma variedade de técnicas para reunir a informação: enquanto frequentemente usam indexadores web tipo as ferramentas usadas pelos maiores motores de busca como *Google* e *Yahoo!* para reunir

¹³² “Sites which analyze and categorize a very large number of blogs and their individual entries with a view to making higher-level observations about their content” (BRUNS, 2005, p. 185).

conteúdo, eles também acessam uma grande coleção de *RSS feeds* e outros recursos a fim de garantir uma ideia de atualização contínua das postagens mais recentes dos *blogs* em que fazem a cobertura¹³³ (BRUNS, 2005, p. 207).

A circulação nestes *blogs* se condiciona à lógica do ciberespaço e se difere do tradicional modelo massivo usado no jornalismo em outros suportes; as informações transmitidas não estão submetidas a uma arquitetura central e hierárquica, onde as empresas jornalísticas mantêm o controle do acesso, mas a um modelo descentralizado onde vários canais são destinados simultaneamente à circulação dos conteúdos. A hierarquização da circulação é feita de modo natural, a partir da qualidade das relações estabelecidas entre os *blogs* e os usuários, que são manifestadas através de links nos mais variados locais, de redes sociais à outros *blogs*.

O estabelecimento desse modelo de circulação torna os *blogs* participantes de um ecossistema próprio de mídia, onde a blogosfera, concebida como uma rede de ideias, é considerada em sua totalidade e não tomada a cada *blog* (LASICA, 2003). Bruns (2005) salienta que a prática do *blogging* une os blogueiros e estimula os participantes da blogosfera a publicarem seus próprios conteúdos:

“*Blogging*, em outras palavras, não se refere a uma atividade diarista solitária, mas sim a uma atividade de conectar pensamentos e opiniões atuais sobre eventos públicos - e os links são uma ferramenta chave para esta conexão. Uma das principais características do fenômeno *blogging* é sua habilidade em usar o *blog* para conectar pensamentos individuais sobre estes eventos, assim como cinco ou dez anos atrás uma das principais características do fenômeno web era sua habilidade para fazer todo mundo um *publisher* em potencial, sem a necessidade confiar

¹³³ “employ a variety of techniques to gather the information: while often employing Web crawlers in the tradition of the tools used by the major search engines such as Google or Yahoo! to gather their content, they also access a large collection of RSS feeds and other resources in order to ensure an up-to-the-minute awareness of recent postings on the blogs they cover” (BRUNS, 2005, p. 207).

esta tarefa à um editor ou um distribuidor¹³⁴,
(BRUNS, 2005, p.238).

No *sistema de circulação dinâmico complexo*, os blogueiros-jornalistas se fazem mais ativos no papel da circulação dos conteúdos que produzem, o que, segundo Bradshaw (2008d, on-line), é cada vez mais necessário para o jornalismo produzido nas redes telemáticas. “O jornalista (junto com seus leitores) é agora o distribuidor. Você não pode deixar essa tarefa a outra pessoa. Quanto mais você estiver ativo, social e visível no meio on-line, melhor será para o seu trabalho, seja comercialmente ou editorialmente¹³⁵,” (BRADSHAW, 2009, on-line).

A circulação de informações jornalísticas, que nas empresas jornalísticas tradicionais estava a cargo de profissionais especializados e vinculados aos departamentos de distribuição, torna-se, assim, “um fato social, descentralizado, pelo qual todos os participantes destes sistemas são responsáveis” (MACHADO, 2006, p.20). A partir dessa ideia, pensar na circulação de um produto jornalístico torna-se um novo desafio para os profissionais de jornalismo, que tradicionalmente não são habituados a distribuição/circulação de seus conteúdos (BRADSHAW, 2008d, on-line). Como afirma Palacios (2009, on-line),

“A Internet liberou o polo de emissão. Todos podemos ser jornalistas doravante, e qualquer um pode publicar. Mas se isso é verdade, também deve ser verdade que todos têm que se tornar jornaleiros, uma ideia que, convenhamos, é muito menos glamourosa” (PALACIOS, 2008, on-line).

O caso *Blog do Gjol*, mantido pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line da Universidade Federal da Bahia e que tem como editor o pesquisador Marcos Palacios, funciona como um bom exemplo

¹³⁴ No original em inglês, “Blogging, in other words, is not about diarism in isolation, but about connecting one's private thoughts and opinions to current and public events – and the hyperlink is a key tool for that connection. One of the drivers of the blogging phenomenon is the ability to use the blog to attach one's own thoughts to such events, much as some five or ten years earlier one of the drivers of the web phenomenon was its ability to make everyone a potential publisher without the need to rely on an editor or distributor (BRUNS, 2005, p.238).

¹³⁵ “The journalist (along with their readers) is now the distributor. You cannot leave that job to someone else. The more active, visible and social you are online, the better for your work both commercially and editorially. (BRADSHAW, 2008d, on-line).

de blog jornalístico onde a circulação é bastante dinâmica e descentralizada, ocorrendo por vários canais ao mesmo tempo. As informações publicadas no *Blog do Gjol* circulam desde por uma lógica mais simples - como a lista de e-mails do grupo Gjol, de onde a iniciativa de criação do blog surgiu (PALACIOS, 2009) – até de formas mais descentralizadas e complexas, como pelo uso do RSS e dos *widgets* - que, para fins de simplificação, considera-se aqui como a incorporação no *blog* de aplicativos ou atalhos de redes sociais para usos de circulação do conteúdo produzido, como por exemplo o *Twitter*, o *Digg* e o *Delicious* – passando ainda pelos links de outros blogs no *blogroll* e pelo link para a distribuição do conteúdo via telefone móvel.

O uso dos *widgets* tem um papel importante na circulação do blog na medida em que leva o seu conteúdo para ser acessado em uma outra rede social, o que permite o aumento das conversações e o estímulo às ações produtivas dos envolvidos no sistema de relações articulados ao redor do *blog*. (MACHADO, 2006). A natureza relacional das redes sociais indica também que a audiência que vai advir destes locais não será aquela passiva, mas que tem por característica participar ativamente na crítica ao produto e contribuir de maneira efetiva também na circulação daqueles conteúdos que ela considerar de boa qualidade, na medida em que pode “passar adiante”, através de links, nas próprias redes sociais que frequenta.

No caso do *Blog do Gjol*, observa-se que o fato do *blog* ter uma conta no *Twitter*, por exemplo, atualizada através de uma “chamada” normalmente a cada postagem publicada no blog, contribui para a difusão do conteúdo publicado. A função de difusão de notícias é, precisamente, o que Java et al (2007) e Zago (2008) apontam como uma das principais (e primeiras) apropriações do uso do *Twitter* no Jornalismo. Sua plataforma de publicação é familiar para a produção de uma chamada com link para uma página web ou postagem em *blog*¹³⁶, o que pode servir como uma interessante forma de alerta para o conteúdo do *blog* ou, ainda, como uma complementação à este mesmo conteúdo a partir da publicação de informações ou dados extras àqueles encontrados nas postagens do *blog*.

¹³⁶ Zago (2008, on-line) alerta que a presença do link compromete o tamanho final da mensagem, pois um link do *TinyURL*, uma ferramenta especializada em converter links e diminuir os de tamanho para que possam ser utilizados em diferentes locais da web, ocupa 25 caracteres, o que faz com que reste apenas 115 para a “notícia” (ZAGO, 2008, on-line).

O *Digg* estabelece um outro modelo que também contribui para a circulação das informações postadas nos *blogs*. Ele funciona quando “um usuário envia um link de uma informação que considera relevante, outros leitores acessam este link e, posteriormente, decidem se dão um voto à informação ou comentam-a no *Digg*” (ESPÍNOLA, 2009, on-line). As informações mais votadas sobem na hierarquia da página, o que as fazem circular mais pela rede do *Digg* e ampliam o número de pessoas que tem acesso àquelas informações.

O uso das diversas ferramentas citadas aqui no *sistema de circulação dinâmico complexo* multiplicam as vias de acesso ao *blog* jornalístico, o que descentraliza a lógica da circulação e a torna mais adequada ao entorno do ciberespaço, pois não ignora que “qualquer participante está apto tanto a ser um produtor quanto um receptor de mensagens” (MACHADO, 2003, p.76).

4.4. Weblogs jornalísticos com sistemas de circulação dinâmica simples

Os casos de *blogs* jornalísticos onde a circulação se dá de forma simples são aqueles que usam de poucas ferramentas para a circulação de seus conteúdos e que apresentam maior grau de “normatização” pelo jornalismo, o que aparece na ideia corrente de considerar o usuário como, principalmente, um consumidor da informação. As ferramentas utilizadas por estes *blogs* pressupõe uma interação menor do que aquelas usadas nos *sistemas de circulação dinâmicos complexos* e não oferecem canais que estimulem a participação do usuário, pois são baseadas em ferramentas onde o blogueiro escolhe as informações que vai por em circulação (caso da *newsletter*) ou a partir de um utensílio que funciona independente de sua vontade, pois já está instalado na plataforma de publicação do *blog* (caso do RSS¹³⁷).

¹³⁷ No caso do RSS - conhecidos como um subconjunto de "dialetos" XML que servem para agregar conteúdo ou "Web syndication", podendo ser acedido mediante programas ou sites agregadores - vale dizer que a popularização do formato é de tal forma que, hoje em dia, são poucos os *blogs* que não o utilizam. Praticamente todos os principais jornais on-line contam com ferramentas de sindicância de conteúdo para cada uma de suas seções, o que também inclui cada um dos *blogs* que hospedam, assim como todos os principais serviços de criação de *blog* e os portais de conteúdo. Desta forma, pode-se considerar o RSS como um elemento básico de dinamização da circulação dos *weblogs*, de modo que tanto os *blogs* jornalísticos de circulação dinâmica complexa quanto os de circulação dinâmica simples tem o RSS como ferramenta utilizada para a circulação de conteúdos.

O uso de *newsletter* para a circulação dos conteúdos é tido como “uma espécie de extensão do velho modelo de comunicação centralizado” (MACHADO, 2006, p.16), na medida em que somente se pode receber uma reserva de informações previamente empacotada pelo editor do *blog*. Em alguns casos, ocorre que “a maior parte das tarefas corresponde a um programa de computador que organiza as informações dentro de um universo finito de possibilidades (ibid, 2006, p. 15)”, o que amplia a distância social entre os produtores e os consumidores de mensagens – ou, de outro modo, mantém a mesma distância dos sistemas de distribuição de informações estabelecidos nos meios massivos. Ainda assim, embora seja uma ferramenta baseada no velho modelo de comunicação centralizado, Bradshaw (2008d) salienta que “qualquer boa estratégia de distribuição baseia-se onde os seus leitores estão, então enviar uma *newsletter* por email, ainda que hoje o formato pareça antiquado, continua a ser uma parte útil de qualquer estratégia de distribuição – quanto mais específica, melhor¹³⁸” (BRADSHAW, 2008d, on-line).

Entre os casos analisados nesta dissertação, destacam-se como *blogs* que utilizam de *sistemas de circulação dinâmicos simples* o *Notas Musicais* e o *Blog do Juca*. Em ambas situações, não há *widgets* de aplicativos ou redes sociais, apenas o *blogroll*, com links de páginas ou *blogs* indicados pelos editores e o *RSS*, instalado como ferramenta padrão tanto no servidor de hospedagem do *Blogger* quanto no *Uol* - no *Notas Musicais* ainda há uma *newsletter*, enviada “a nomes significativos da indústria fonográfica” (FERREIRA, 2009). No caso do *Blog do Juca*, há também a vinculação do *blog* ao *Uol*, que o tem como um dos blogueiros relacionados na página inicial do portal. Eventualmente, o *Uol* dá destaque especial à uma postagem específica publicada por Juca Kfourir, o que contribui para a circulação das informações do *blog* na medida em que pode direcionar pessoas (milhões, por se tratar de um portal) para o acesso do *blog*.

O fato dos *blogs* jornalísticos utilizarem-se de *sistemas de circulação dinâmica simples* não significa que o conteúdo destes *blogs* chegue a um menor número de pessoas do que aqueles com *sistemas de circulação dinâmica complexa*. Significa sim que as informações circuladas em *blogs* como o *Blog do Juca* e o *Notas Musicais* vão se dar

¹³⁸ “Any good distribution strategy relies on being where your readers are, so email newsletters, while they now seem old-fashioned, remain a useful part of any distribution strategy - the more specific, the better” (BRADSHAW, 2008d, on-line).

de forma mais centralizada, com o emprego de poucos canais para distribuição, num sistema que, ao contar com pouca participação do usuário, torna-se próximo aqueles encontrados nos meios massivos, que tratam o leitor do *blog* como essencialmente um consumidor da informação publicada.

Outra evidência da proximidade com o sistema de distribuição utilizado no Jornalismo convencional é que, nestes *blogs*, não havendo muitos canais a disposição para a circulação, o que ocorre é que eles vão precisar de outros fatores para que consigam chegar a um número considerável de leitores. Um dos elementos que então passa a contar mais no *Blog do Juca*, no *Notas Musicais* e em outros *blogs* identificados neste tipo é a *reputação anterior* dos jornalistas que editam o *blog*. A credibilidade conquistada fora do ciberespaço, sob a chancela de uma empresa jornalística tradicional, vai “chamar” aquelas pessoas que já conhecem o trabalho do jornalista que edita o *blog* em outro meio para acessar também o seu conteúdo disponível no ciberespaço através do *blog*.

Assim, quando o Jornalismo “normatiza” as potencialidades do *blog* (SINGER, 2005) e apropria aquele que foi o primeiro formato nativo da web (BLOOD, 2002 b) para uso jornalístico, traz o sistema de reputação tradicional e centralizado, ditado por algumas empresas que controlam a distribuição das notícias para suas audiências, para o ciberespaço. Este sistema tradicional passa a conviver com aqueles instituídos dentro da web, que se caracterizam de maneira diferente, onde cabe a cada um dos participantes estabelecer, por si próprio, aquilo que vai ou não vai querer prestigiar, aquela informação que vai ou não ser credível. Neste caso, a reputação torna-se uma construção coletiva, valendo mais que “muitas pessoas opinem, critiquem, sugiram, rebatam um dado ou um *blog* do que a reputação atribuída por um único canal, apenas um julgamento, como um cânone” (CHRISTOFOLETTI & LAUX, 2008, p.77).

Estes novos sistemas de reputação oriundos da web se caracterizam por serem

“mais transparentes que os demais, e os atores são muitos, o que ajuda a criar uma dinâmica de auto-regulação. Neste sentido, a reputação torna-se resultado de uma construção coletiva, na qual pessoas comuns – mas muitas delas – opinam, criticam, sugerem, contestam um

blog, diferente do modelo em que a reputação é atribuída por um único canal, fruto de apenas um julgamento” (CHRISTOFOLETTI & LAUX, 2008, p.44).

A convivência entre estes dois sistemas de reputação é um fator que também vai determinar como vai se dar a circulação nos *blogs* jornalísticos, pois na rede a reputação está ligada de modo intrínseco com a circulação e a distribuição de conteúdo. Quando o *blog* jornalístico é editado por um jornalista que já mantém uma reputação em determinada área fora da web, conquistada sob a chancela de uma empresa jornalística (ou pela passagem por uma) – casos do *Blog do Juca* e do *Notas Musicais* - ocorre uma “transferência” de reputação para o ciberespaço que pode determinar uma posição central dentro da web e uma circulação efetiva do conteúdo publicado no *blog*.

Os *blogs* jornalísticos que são mantidos por jornalistas já conhecidos fora da web partem de uma situação em que seus editores são reconhecidos por uma grande quantidade de pessoas, o que vai facilitar o trabalho tanto de produção do *blog*, pois muitas das fontes a serem utilizadas podem já ter uma relação estabelecida com o jornalista, quanto no momento da divulgação do conteúdo produzido no *blog*, já que haverá um número considerável de pessoas que vão conhecer (e muitas vezes recomendar) o trabalho do jornalista que edita o *blog*. Nestes casos, utilizar-se de diversos canais para a circulação das informações acaba sendo menos estimulante, na medida em que estes *blogs* jornalísticos já tem um bom número de leitores usuais e uma variação de ferramentas para circular no ciberespaço demandaria uma abertura a novos elementos que, por sua vez, necessitaria de conhecimentos específicos que muitos destes jornalistas não tem. Em algumas situações, a preferência vai ser dar por não se arriscar em uma área que não se domina do que correr o risco de experimentar algo em que não se sabe (ainda) como funciona.

Por outro lado, se a sobrevivência de um *blog* jornalístico – ou de qualquer outro tipo de produto no ciberespaço – for dada principalmente através de leitores transferidos de outros meios, numa relação vertical e centralizada que não condiz com o *modus operandi* do ciberespaço, é provável que este *blog* não tenha muito sucesso. A lógica de funcionamento da web e da blogosfera tem mecanismos diferenciados na circulação das informações: o que para os

meios de comunicação de massa vale pode não valer da mesma maneira na web.

“Os pesquisadores no jornalismo digital tem alertado que a aplicação dos cânones ou padrões produzidos para contemplar as particularidades dos sistemas de distribuição massificados podem ser pouco adequados, nada realistas, e, na prática, inviáveis nos sistemas descentralizados do ciberespaço, onde qualquer participante está apto tanto a ser um produtor quanto um receptor de mensagens”(MACHADO, 2003, p.76).

Portanto, estes *blogs* de jornalistas com uma reputação já consolidada fora da web e que utilizam *sistemas de circulação dinâmica simples* vão precisar adentrar na mecânica do ciberespaço, sob o risco de verem diminuída a sua reputação na web e notarem uma circulação ineficiente do produto jornalístico que com esforço produzem. E entrar na mecânica do ciberespaço aqui significa seguir passar a usar links externos, a adotar ferramentas de sindicância e *widgets*, seguindo uma ideia que Bradshaw (2008d) acredita que se faz necessária para a circulação jornalística na web: “a nova situação da distribuição necessita que os jornalistas se engajem em comunidades fora do espaço do jornal, comentando em *blogs* e fóruns – não apenas para gerar tráfego de retorno ao *blog*, mas também para conquistar boa vontade e confiabilidade¹³⁹” (BRADSHAW 2008d).

¹³⁹ “The new distribution landscape needs journalists to engage in communities outside the newspaper by commenting on blogs and forums - not only generating return traffic, but also goodwill and trust”(BRADSHAW 2008d).

CONCLUSÕES

DO *WEBLOG* (JORNALÍSTICO) PARA O JORNALISMO

No encaminhamento final desta dissertação, chega o momento das conclusões que o percurso até aqui permite apresentar. Além das conclusões preliminares espalhadas ao longo de todo o trabalho, especialmente ao final de cada capítulo, cabe expor aqui como uma das conclusões aquela que confirma a **primeira** das hipóteses trazidas aqui – e lançada ainda no começo da realização do projeto que tem esta dissertação como resultado final: a de que o Jornalismo produzido em *blogs* na blogosfera brasileira apresenta especificidades nas quatro etapas (apuração, edição, redação e circulação) que caracterizam o processo de produção no Jornalismo. São especificidades que advêm principalmente das características dos *weblogs* enquanto um tipo de meio interativo diferenciado, que fazem por distinguir o *blog* jornalístico de outras categorias do ciberjornalismo até aqui conhecidas. Também indicam a constituição de um novo gênero do ciberjornalismo, o *weblog*, que vai contar com características do já conhecido gênero coluna no que diz respeito ao texto, e buscar elementos da prática conhecida como *blogging*, característica da blogosfera, que sinalizam para a existência de um produto mais transparente do que aquele produzido no Jornalismo tradicional, seja em outros suportes ou no próprio ciberjornalismo.

Transparência também parece ser a palavra mais comentada no que diz respeito às características do *blog* jornalístico. Especialmente na apuração jornalística, a prática de indicar o caminho pelo qual determinada informação chegou ao blogueiro-jornalista através de links, exercício que se constitui como *modus operandi* do *weblog*, apresenta-se como um desafio e uma esperança para a produção de um Jornalismo mais transparente e horizontal. Como indicava a **segunda** das hipóteses apresentadas nesta dissertação, a prática identificada como *apuração transparente*, um dos três tipos apontados no segundo capítulo, sinaliza para uma abertura no tradicional processo de produção realizado no Jornalismo. É uma prática que revela, para quem quiser saber, quais são os interesses e os desejos que o jornalista utiliza na hora de selecionar as informações que dispõe e veiculá-las no *blog*, além de trazer diversos benefícios que a transparência oferece, como registram Friend & Singer (2007): “julgar a validade da informação, o processo pelo qual ela foi

garantida e os motivos e preconceitos do jornalista que a publicou é a melhor proteção contra erros e enganos cometidos pelas fontes¹⁴⁰ (FRIEND & SINGER, 2007, p. 76). Os pesquisadores americanos Bill Kovach e Tom Rosentiel (2002) traçam um paralelo com o método científico para ressaltar como a transparência pode ser utilizada no Jornalismo:

“Explique como você aprendeu alguma coisa e explique o porque você acredita nisso – então a audiência poderá fazer o mesmo. Na ciência, a validade de um experimento, ou sua objetividade, é definida quando alguém pode replicar o experimento. No jornalismo, somente pela explicação de como nós conhecemos o que nós conhecemos pode aproximar esta ideia às pessoas e fazer com que elas estejam aptas, se tiverem condições para isso, de reproduzir um relato¹⁴¹” (KOVACH & ROSENTIEL, 2002, p. 80).

Cabe salientar que, apesar de ser prática corrente em alguns *blogs* jornalísticos, este modo de apuração transparente, que indica o caminho percorrido para a obtenção das informações, ainda não se afirmou como prática comum na blogosfera jornalística brasileira. Embora muitos *blogs* jornalísticos estejam expondo seu processo de produção (jornalística) de forma transparente para todos que quiserem ver, existem outros tantos que usam o meio para repetir velhas práticas usadas no Jornalismo há muitos anos. São aqueles que Singer (2005) tão bem aponta como “normatizados” pelo Jornalismo, o normatizado aqui no sentido de repetição de procedimentos jornalísticos engessados em um contexto onde não existiam as possibilidades hoje permitidas pelo ciberespaço. Práticas adotadas por estes *blogs* “normatizados” como não usar links para suas fontes (mesmo que elas estejam disponíveis na

¹⁴⁰ “No original em inglês, “to judge the validity of information, the process by it which was secured, and the motives and biases of the journalist providing it, which is the best protection against errors and deception by sources” (FRIEND & SINGER, 2007, p. 76).

¹⁴¹ “Explain how you learned something and why you believe it – so the audience can do the same. In science, the reliability of an experiment, or its objectivity, is defined by whether someone else could replicate the experiment. In journalism, only by explaining how we know what we know can we approximate this idea of people being able, if they were of a mind to, to replicate the reporting” (KOVACH & ROSENTIEL, 2002, p. 80).

web), não estar aberto às possibilidades proporcionadas pelos comentários e ignorar o que outros já relataram sobre um assunto específico porque estes outros são concorrentes no mercado, desconhecem o potencial conversacional da web para a construção de um conhecimento coletivo e horizontal. Permanecem tendo como base a velha receita estática e centralizada anterior ao advento do ciberespaço que os prendem a um circuito fechado de produção e os levam a perder o fluxo contínuo de retroalimentação em que toma parte a blogosfera e a web como um todo.

Dois motivos principais justificam a afirmação de que o modo aqui identificado como *apuração transparente* ainda não seja tomado como prática comum na blogosfera jornalística brasileira. O primeiro é o fato de que alguns jornalistas ainda não tem por hábito escrever suas postagens pensando em referenciar as informações utilizadas através de links, o que é exemplificado no caso de Ricardo Noblat, do *Blog do Noblat*, que não usou de nenhum link nas postagens onde o assunto era aquela principal na cobertura do blog – política e economia. O segundo motivo é a falta de tempo para buscar e referenciar informações confiáveis no ciberespaço, o que é salientado no tipo identificado como *apuração complementar*, onde o jornalista tem de atualizar o *blog* no mesmo período com que produz notícias para outro meio sem ganhar um rendimento extra pelo trabalho. Sem condições de tempo necessárias para uma apuração adequada na rede, o jornalista mais aproveita as informações obtidas na investigação realizada para outro local do que busca novos dados. Por sua vez, nestes *blogs* jornalísticos em que a apuração é identificada com a *apuração complementar*, a ideia que baliza seu funcionamento parece ser a de se diferenciar pela originalidade que o jornalista pode dar no tratamento desta informação. Em alguns casos – como o do *Mundo Livro* – esta originalidade pode ser apresentada numa relação mais sincera e próxima do jornalista com os seus leitores, o que, de outro modo, também vai indicar uma potencialização da transparência na produção jornalística, na medida em que neste caso os interesses e os desejos que o jornalista utiliza na hora de selecionar as informações são mais expostos do que seriam em outros meios ou mesmo dentro de outros gêneros dentro do ciberjornalismo, o que se revela como uma saudável janela de exposição do processo jornalístico para leigos.

Vale dizer que a potencialização da transparência nos *blogs* jornalísticos e, em âmbito maior, em todo o ciberjornalismo, também

depende do estabelecimento do que Machado (2003) afirma como “critérios capazes de garantir a confiabilidade do sistema de apuração dentro de um entorno com as especificidades do mundo digital” (MACHADO, 2003, p. 25). Quanto mais forem criados sistemas de apuração inteligente, que garantam a confiabilidade das informações buscadas no ciberespaço, mais se poderá referenciá-las com exatidão através de link. Deste modo, mais facilmente poderá se revelar o caminho obtido para a obtenção de uma informação, o que permite a replicação desta mesma informação, num processo parecido ao utilizado no método científico, como apontam Kovach & Rosentiel (2002) e que, aplicado ao jornalismo, poderia ser utilizado para referendar a atividade como uma forma de conhecimento autônoma (PARK, 1925; GENRO FILHO, 1988; MEDITSCH, 1992).

Para além da discussão em torno de um sub-aproveitamento das potencialidades dos *blogs* na questão da transparência pelos *blogs* mais “normatizados” pelo Jornalismo, está a questão que Blood (2003) aponta muito claramente: “É irreal aplicar os princípios do Jornalismo para blogueiros que raramente tem tempo ou recurso para reportar as notícias¹⁴²,” (BLOOD, 2003, p. 62). O uso de *blogs* para a realização de um Jornalismo com as mesmas características e preceitos daquele praticado em outras categorias do ciberjornalismo ou mesmo em outros suportes vai trazer perdas certas de qualidade para o *blog*. Na competição lado-a-lado com estes outros “Jornalismos” para a produção de um Jornalismo massivo, o blogueiro irá perder por não ter menos condições técnicas, financeiras e temporais para estas funções. Nesse sentido, Blood (2003) complementa que “deliberadamente rejeita os princípios jornalísticos de precisão e equilíbrio em favor da transparência como critério ético para blogar¹⁴³,” (ibid, p. 62). Mais do que uma característica possível, a transparência torna-se também uma estratégia de sobrevivência para os *blogs* jornalísticos, que, usando-a com habilidade, já trazem de partida uma particularidade no seu produto jornalístico em relação àquele produzido em outros locais.

Nesse momento, cabe entender também que a “normatização” dos *blogs* proporcionada pelo Jornalismo é resultado de um processo recente de “liberação do polo emissor”, como diz Levy (1999) e outros

¹⁴² “It’s unrealistic to apply the standards of journalism to bloggers who rarely have the times or resources to actually report the news” (BLOOD, 2003, p. 62)

¹⁴³ “I deliberately reject the journalistic standards of fairness and accuracy in favor of transparency as the touchstone for ethical blogging (ibid, 2003, p. 63)

tantos estudiosos de cibercultura. Se for considerado como primeiro *blog* jornalístico o de Dan Gillmor no *San José Mercury News* em 1997, têm-se apenas 12 anos de Jornalismo em *weblogs*, tempo suficiente para se conhecer algumas das potencialidades do meio, mas alguém do necessário para assimilá-lo integralmente como um modo novo de se fazer Jornalismo que traz especificidades que modificam uma série de práticas profundamente enraizadas na cultura profissional jornalística.

Para citar um exemplo destas práticas, basta dizer que a questão da transparência potencializada pelos *blogs* afeta um aspecto fundamental no Jornalismo praticado durante todo o século XX, o “furo de reportagem”. Na medida em que se revela o caminho percorrido para a busca de determinada informação, o que permite com que qualquer um possa também ter acesso à ela, o “furo” como se conhece hoje torna-se uma questão cada vez mais difícil de se conseguir no jornalismo. A dita “liberação do polo emissor” permite com que todos, sendo potencialmente emissores de informação, passem a torná-las facilmente pública através do ciberespaço, o que pode criar um gigantesco banco de dados disponível desde para aquele jornalista com uma enorme estrutura por trás como para aqueles solitários que se valem apenas de suas capacidades para buscar uma informação na rede. Fontes secretas como o notório *Garganta Profunda* do caso Watergate¹⁴⁴ podem vir a não esperar mais por jornalistas interessados no que ele tem a falar e publicar seus dados em um *blog*, tendo como motivação para isso o contato sem intermediários com autoridades e as pessoas comuns que estarão a sua disposição na rede. Situações que ilustram essa ideia já vem ocorrendo no Brasil; uma das mais recentes que aqui se lembra foi o caso da demissão do então técnico de futebol do Palmeiras, Wanderley Luxemburgo, informação que foi noticiada primeiramente no *blog* do treinador e só então passou a ser veiculada pelas empresas de Jornalismo convencional¹⁴⁵.

Sem se alongar demais em questões (possíveis ou algo utópicas) para um futuro próximo, entende-se que o “furo” passe a ser dado mais

¹⁴⁴ Para ver mais sobre o assunto, WOODWARD, Bob. O homem secreto. A história secreta do Garganta Profunda de Watergate. Rio de Janeiro; Rocco, 2005.

¹⁴⁵ O blog de Luxemburgo pode ser acessado em <http://luxemburgo.blog.uol.com.br/>. A postagem que trata desta situação específica citada aqui pode ser visualizada no endereço: http://luxemburgo.blog.uol.com.br/arch2009-06-01_2009-06-30.html#2009_06-27_01_44_19-133829328-0. Acesso em: 13 jul. 2009

pela *relação* inédita de uma dada informação com outras – o que é potencializado pela procura em base de dados, o *data mining* (COLLE, 2002) - do que propriamente pelo ineditismo da informação obtida. É assim como muitas vezes ocorre na pesquisa acadêmica, onde o mérito fica mais no sentido de estabelecer relações, confrontar pontos de vista distintos e analisar um acontecimento sob um ângulo original do que propriamente ter informações inéditas sobre este mesmo acontecimento e delas não saber extrair conclusões pertinentes à sociedade.

A **terceira** das hipóteses apresentadas no início desta dissertação - de que os padrões redacionais no *blog* jornalístico são mais livres em relação à outras categorias de webjornalismo, num estilo “pós-moderno” de redação (ROBINSON, 2006) – aqui foi verificada, o que se deve em grande parte à relação da característica da personalização presente nos *blogs*. Tendo o *blog* como o seu espaço, o jornalista tem maior autonomia para escrever numa linguagem mais pessoal e informal do que em outras categorias do webjornalismo, tal qual acontece com a coluna em relação a outros gêneros do jornalismo impresso, por exemplo.

A ideia de um estilo “pós-moderno” de texto que Robinson (2006) indica está ligada a concepção de que um produto jornalístico possa ser algo que esteja permanentemente aberto a novas atualizações e aquisições de informações, onde o seu processo de produção seja não-finalizado (BRUNS, 2005) e esteja em constante movimento (BRADSHAW, 2008d, on-line). A personalização presente no *blog* potencializa a subjetividade no texto, que vai fazer o blogueiro-jornalista relatar um determinado fato de forma à vinculá-lo ao seu autor, o que permite a fruição de um ponto de vista muitas vezes privilegiado sobre determinados fatos. A possibilidade do usuário ter acesso a diversos destes pontos de vistas privilegiados – e jornalísticos - vai permitir com que ele tenha um importante ganho na tarefa de buscar a compreensão da realidade em que vive, além de dar a nobre e árdua função de interpretar a realidade a milhares de pessoas – jornalistas ou não - descentralizando e horizontalizando o processo de produção de conteúdos jornalísticos.

A **quarta** das hipóteses apresentadas nesta dissertação, de que a hierarquização das informações segue o critério do tempo mais que da singularidade dos fatos, o que difere o *blog* de outros meios jornalísticos, apresenta-se aqui como resultado de uma relação distinta entre os jornalistas e os leitores do *blog*. Na visão de Escobar (2009), o

leitor costumeiro do *blog* jornalístico seria aquele já educado na cultura web e que domina a linguagem hipertextual e multimidiática (ESCOBAR, 2009, p. 229) – alguém, portanto, menos dependente da organização das informações proposta pelo jornalista e mais acostumado a tomar para si o papel de editor. Sendo o *weblog* o primeiro formato oriundo da web (BLOOD 2002 b), desenvolvido primeiramente por pessoas habituadas com o entorno do ciberespaço, não é de se surpreender que também os leitores de *blogs* jornalísticos tenham mais o perfil de serem educados na cultura web e familiarizados com o papel de selecionar os locais da web por onde navegar e de como encontrar as informações que lhes convém. Seriam usuários mais propícios a exercer um papel ativo no ciberespaço e, portanto, acostumados a estabelecer uma relação mais próxima com os jornalistas, num tipo identificado por Axel Bruns (2005) como *produser*, “usuários de páginas webjornalísticas que estão envolvidos nestas páginas como produtores e consumidores (e, muitas vezes, em ambos modos ao mesmo tempo)”¹⁴⁶(BRUNS, 2005, p. 23).

Aqui, convém salientar que a falta de dados conclusivos que verifiquem qual o perfil do leitor do *blog* jornalístico dificulta extrair conclusões definitivas sobre este assunto. É possível supor que a hierarquização em função do tempo, característica que está em todas as ferramentas de publicação de *blogs* hoje, dê lugar no futuro a uma organização tendo como base outros aspectos, pois nada impede que o formato *blog* possa vir a ser modificado mais adiante. Como comentado no terceiro capítulo, já existem casos de *blogs* jornalísticos que não dispensam a hierarquização das informações conforme a singularidade dos fatos, e alteram a estrutura cronológica tradicional do *blog* de acordo com esse interesse, num dos componentes visíveis do processo de “normatização” do *blog* pelo jornalismo. Convém ficar atento se este tipo de situação irá ser uma tendência nos próximos anos.

A **quinta** das hipóteses apresentadas na dissertação diz respeito ao uso simultâneo de diversos canais para a circulação das informações nos *blogs* jornalísticos. Em contraponto ao que acontecia no Jornalismo tradicional, organizado de acordo com um sistema massivo e centralizado de distribuição, as informações transmitidas nos *blogs* jornalísticos não estão submetidas a uma arquitetura central e hierárquica, onde as empresas jornalísticas mantém o controle do

¹⁴⁶ “Users of news websites who engage with such sites interchangeably in consumptive and productive modes (and often in both at virtually the same time). (BRUNS, 2005, p. 23).

acesso, mas a um modelo descentralizado onde vários canais são destinados simultaneamente à circulação dos conteúdos. Além de permitir com que o *blog* atinja diferentes tipos de audiências, a variação de ferramentas utilizadas para a circulação – *RSS*, *Twitter*, *Digg*, *Delicious*, dentre outras - permite com que o *blog* estabeleça uma efetiva conversação entre produtores e consumidores, misturando cada vez mais as duas funções. Especialmente naqueles *blogs* jornalísticos com *sistemas de circulação dinâmico complexo* identificados no quarto capítulo, as diferentes vias usadas para propagar as informações se apresentam também como uma estratégia mais adequada ao entorno descentralizado do ciberespaço, na medida em que leva em consideração que, na rede, qualquer usuário está apto tanto a ser um produtor quanto um receptor de conteúdos (MACHADO, 2003).

A circulação dos conteúdos por vários canais de modo simultâneo também presume uma maior participação do jornalista na distribuição daquele conteúdo que produz, o que vem ao encontro da ideia apresentada por Bradshaw (2009) de que, no Jornalismo produzido nas redes telemáticas, quanto mais ativo, social e visível o jornalista estiver, melhor será para o seu trabalho comercial e editorialmente (BRADSHAW, 2009, on-line). Antes restrito a departamentos separados da redação nas empresas jornalísticas, a circulação no ciberespaço se estabelece como um fato social onde todos os participantes do sistema de produção do jornalismo se tornam também responsáveis (MACHADO, 2006). No *blog* jornalístico, onde a organização é na maioria dos casos muito mais simplificada do que nas empresas jornalísticas tradicionais, a participação do jornalista na circulação de seus conteúdos serve também como forma de sobrevivência no competitivo espaço de produção de conteúdo na web e um meio de conquistar (ou manter) a reputação e a credibilidade do jornalista dentro do ciberespaço (BRADSHAW, 2008d).

Outro ponto que aqui é apresentado como uma conclusão geral desta dissertação é a ideia de que muitos *blogs* estão também propondo um desafio profissional ao Jornalismo, principalmente através da oferta concorrente ou complementar de informações sobre assuntos correntes e cotidianos. O pesquisador estadunidense Wilson Lowrey (2006) salienta que muitos blogueiros-jornalistas tem explorado algumas “vulnerabilidades jurisdicionais” da profissão de jornalista para “sugar” alguns tipos de informação, tais como velhas histórias esquecidas por questões de tempo-espaço-interesse, impulsionados pelo uso de fontes

não usuais - altamente especializadas – e um tipo de conteúdo que a mídia institucional negligencia devido a constrangimentos organizacionais e regimes de produção padronizados (LOWREY, 2006, p. 477).

Um segundo aspecto em que os *weblogs* parecem querer, nas palavras de Domingo & Heinonen, “desafiar” o Jornalismo é aquele que Regan (2003) aponta: “os *weblogs* ameaçam expor o jornalismo a um de seus pontos fracos – sua falta de contato pessoal com os leitores”¹⁴⁷, (REGAN, 2003, p. 69). Alguns *blogs* jornalísticos, especialmente aqueles que entendem as especificidades da prática do *blogging* e a aproveitam para melhorar a qualidade do Jornalismo que produzem, trazem do *weblog* uma ideia de participação do público na produção que o jornalismo como é (era?) feito nas empresas tradicionais não tinha – pelo menos não nestas proporções. Estes *blogs* passam a convidar os seus leitores a conversar sobre os assuntos que estão reportando, um tipo de ação que desmistifica a prática jornalística e se revela como uma saudável janela de abertura ao processo de produção do Jornalismo. Nesse sentido, os *blogs* “alimentam-se de idealizações da internet como um espaço democrático sob o qual todos os atores sociais devem ser escutados, e onde a audiência torna-se publicamente ativa”¹⁴⁸, (MATHESON, 2004, p. 452).

Um terceiro ponto onde os *blogs* jornalísticos – e, numa esfera maior, os *weblogs* em si - parecem trazer para a discussão do Jornalismo é o questionamento da “propriedade” da atividade jornalística. Como afirmam Domingo & Heinonen (2008), muitos blogueiros estão mantendo a mesma rotina estabelecida por jornalistas profissionais, ao passo que outros tantos blogueiros que não são jornalistas profissionais realizam um trabalho jornalístico que, não raro, é de melhor qualidade do que o de profissionais do ramo. Na medida em que a profissão de jornalista é definida também por sua prática, a aproximação das rotinas dos blogueiros a dos jornalistas podem significar que os *blogs* podem trazer mudanças não apenas às empresas jornalísticas, como já estão fazendo, mas também nos jornalistas profissionais. Lowrey (2006, p. 483) sugere, todavia, que “que os aparatos institucionais do Jornalismo

¹⁴⁷ “Weblogs threaten to expose journalism at one of its weakest points – its lack of personal contact with readers (REGAN, 2003, p. 69).

¹⁴⁸ “Draw on idealizations of the Internet as a democratic space in which all social actors’ voices may be heard, and where audiences become active public” (MATHESON, 2004, p. 452).

garantem algum controle sobre a ameaça dos blogueiros¹⁴⁹”(LOWREY, 2006, p. 483), enquanto que Friend & Singer (2007, p. 72) propõe, de forma conclusiva, que “novas definições normativas da profissão baseadas em princípios éticos e filosóficos são as únicas que podem dar ao Jornalismo uma razão de ser na era digital¹⁵⁰”(FRIEND & SINGER, 2007, p. 70).

5.1. Projetando cenários futuros e aspectos a serem aprofundados

Considera-se aqui como um importante objetivo de uma dissertação indicar cenários futuros para o objeto estudado e apontar aspectos que podem vir a ser aprofundados em outros estudos acadêmicos envolvendo o *blog* jornalístico. No primeiro aspecto, têm-se que a emergência dos *blogs* jornalísticos como novos polos de produção de informação jornalística permite a sinalização da produção de um jornalismo que Borrat & Fontcuberta (2006) propõem que deva responder às características de um sistema aberto, que está em contínua relação com o entorno onde se desenvolve, recebendo informação deste entorno e lhe dando respostas. Um tipo de Jornalismo cujo autores chamam de *Jornalismo sistema*, que não isola os acontecimentos mas os organiza em um contexto que estabelece diversas interações com seus receptores e contribui na construção do sentido e na compreensão da realidade:

“O jornalismo sistema explica processos em que os fatos aparentemente novos ou inesperados são sucessivas pontas de muitos icebergs sociais cujas partes ocultas nunca foram suficientemente mostradas. E, para isso, ele sabe que as notícias necessitam ser explicadas, analisadas e interpretadas desde seu princípio (ou desde sua eclosão a luz pública) até o fim. (...) Isto significa, em primeiro lugar, a busca da máxima transparência na produção de pautas jornalísticas e

¹⁴⁹ No original em inglês, “that the institutional apparatus of journalism guarantees some sort of control over the menace of bloggers” (LOWREY, 2006, p. 483).

¹⁵⁰ “New normative definitions of the profession based on ethical and philosophical principles are the only ones that can give journalism a *raison d’être* in the digital era” (FRIEND & SINGER, 2007, p. 70).

nos critérios empregados para a adoção ou não das mesmas; (...) implica em oferecer uma explicação e um seguimento dos fatos noticiáveis que leve em conta o processo de seu desenvolvimento desde todas as perspectivas necessárias para sua compreensão pluridimensional¹⁵¹,” (BORRAT & FONTCUBERTA, 2006, p.42).

O advento dos *blogs* jornalísticos indica uma aproximação à este Jornalismo sistema apresentado por Borrat & Fontcuberta (2006). Os *blogs* jornalísticos, de modo mais ativo que em outras categorias do ciberjornalismo, possibilitam que haja uma transformação do usuário em participante do processo de produção, e usam de diferentes estratégias – como os testemunhos pessoais mais livres sobre o que está acontecendo – a fim de buscar uma contextualização maior dos acontecimentos e trazer novos fatos à tona, o que propõe explicações mais coerentes com a realidade complexa que se apresenta aos cidadãos diariamente. De outro modo, os *blogs* jornalísticos pluralizam os pontos de vista representados no noticiário tradicional, indo na direção do que Gans (2003) chama de *Jornalismo multiperspectivo*

“Idealmente, o Jornalismo multiperspectivo engloba fato e opinião, refletindo todas as perspectivas possíveis. Na prática, significa criar espaço para pontos de vista atualmente não representados, fatos não noticiados e partes da população não representadas ou raramente presentes nas notícias¹⁵²,” (GANS, 2003, p. 103)

¹⁵¹ “El periodismo sistema explica procesos en los que los hechos aparentemente nuevos o inesperados son las sucesivas puntas de muchos icebergs sociales cuyas partes ocultas nunca fueron lo suficientemente mostradas. Y para ello sabe que las noticias necesitan ser explicadas, analizadas e interpretadas desde su principio (o desde su eclosión a la luz pública) hasta su fin.(...) Ello significa en primer lugar la búsqueda de la máxima transparencia en la producción de sus pautas periodísticas, en los criterios empleados para la inclusión (...) Implica ofrecer una explicación y un seguimiento de los hechos noticiables que tenga en cuenta el proceso de su desarrollo desde todas las perspectivas necesarias para su comprensión pluridimensional” (BORRAT & FONTCUBERTA, 2006, p.42).

¹⁵² “Ideally, multiperspectival news encompasses fact and opinion reflecting all possible perspectives. In practice, it means making a place in the news for presently unrepresented viewpoints, unreported facts, and unrepresented, or rarely reported, parts of the population” (GANS, 2003, p. 103).

O surgimento de *blogs* jornalísticos dos mais variados tipos, sejam em jornais on-line ou mesmo independentes, acabam sendo instrumentos que permitem a representação de setores mais variados da sociedade, algo que até então o jornalismo tradicional não conseguiria permitir dado à escassez de condições técnicas e financeiras para isso. Um dos pontos que Gans (2003) aponta, como solução para a implantação de um jornalismo pelo menos um pouco *mais* multiperspectivo do que o atual, é a ideia da valorização da opinião como forma de iniciar a discussão de alguns questionamentos em meio à reportagem dos acontecimentos. Opiniões estas que viriam dos lugares mais distintos possíveis da sociedade e, também, dos próprios repórteres, que em coberturas longas e extenuantes de determinados eventos – como uma guerra ou uma Copa do Mundo, por exemplo – podem usar de sua opinião como um ponto de vista bem informado e que vai ajudar na compreensão daquela realidade noticiada.

O advento dos *blogs* jornalísticos como mais um polo de emissão da informação jornalística acontece também por uma demanda da sociedade em ter outras visões dos acontecimentos, o que no ciberespaço é possibilitado dado ao baixo custo de publicação em comparação à outros suportes como a televisão, o rádio e o papel. Cada vez mais é dada a opção ao leitor de ter acesso a vários pontos de vista diferentes sobre um determinado assunto, e tanto melhor se estas visões trazerem o compromisso com a deontologia jornalística somados a agilidade e a transparência com que os *blogs* jornalísticos oferecem.

No jornalismo convencional, o compromisso com a objetividade jornalística tem, em alguns casos, permitido um distanciamento entre leitor e jornalista, manifestado numa linguagem que, por ter a necessidade de ser dirigida à muitas pessoas, não pode estabelecer uma relação mais próxima com nenhuma delas. Nesse sentido, o *blog* jornalístico aparece como um espaço onde a conversação é beneficiada, pois a própria ideia de sua fundação está em ser um meio que fale a um grupo menor de pessoas, o que facilita a interação com aquilo que é produzido e incentiva a uma ação pró-ativa por parte daqueles que se constituem como leitores do *blog*.

Aqui cabe também uma constatação: o relativo sucesso do *blog* tem possibilitado com que diversos *blogs* jornalísticos tenham conquistado audiências gigantescas, tal qual aquelas dos meios de comunicação de massa. Com tamanha audiência, torna-se difícil

estabelecer uma conversação efetiva sem que haja um incremento na estrutura do *blog*, com mais pessoas trabalhando na produção das postagens e manutenção do seu funcionamento. Na medida em que o *blog* tem como um dos seus grandes valores comunicativos a sua capacidade para estabelecer conversações com outros *blogs* e com os leitores (ORIHUELA, 2006), têm-se que a perspectiva de uma audiência massiva pode anular este valor, o que iguala o *blog* a outros meios tradicionais e, conseqüentemente, torna o seu produto semelhante a outros no Jornalismo convencional.

Longe de fazer uma crítica a este tipo de situação, que se tem tornado comum em *blogs* como o de Ricardo Noblat e outros identificados no que foi apontado no capítulo três como *blog jornalístico portal*, cabe aqui entendê-la como uma etapa de desenvolvimento do *blog* jornalístico, que pode resultar num tipo de Jornalismo que tenha menos especificidades que aquele produzido em outros meios ou gêneros do ciberjornalismo, mas que ainda assim traga diferenças. A provocação levantada por algumas pessoas de que os *blogs* estão se tornando cada vez mais massivos, o que resultaria num suposto fim do *blog* enquanto um meio de nicho, é aqui encarada como aquilo que inicialmente é: uma provocação. Como tal, produz uma discussão que sempre é válida para se conhecer mais sobre o objeto e o seu desenvolvimento na sociedade. Acredita-se que o *blog* - enquanto um meio interativo, o primeiro oriundo da própria web - ainda tenha longa vida, mesmo que modificações futuras determinem uma transformação quase total no que hoje conhecemos como *blog*. Nesse sentido, o futuro do *blog* jornalístico pode vir a ser parecido ao que Marques de Melo (2003) identifica no gênero coluna:

“A coluna corresponde à emergência de um tipo de jornalismo pessoal, intimamente vinculado à personalidade do seu redator. Talvez possa ser identificado como uma sobrevivência, no jornalismo industrial, daquele padrão de jornalismo amador e eclético que caracterizou as primeiras publicações periódicas. (MARQUES DE MELO, 2003, p. 140).

Num futuro próximo, entende-se que a popularização do uso da web vai permitir com que ainda mais opções de *blogs* jornalísticos sejam disponibilizados. Para se destacar entre tantos *blogs* que passarão

a existir, percebe-se que o papel dos *blogs* jornalísticos não será o de fazer aquilo que o ciberjornalismo já faz, mas sim fazer algo diferente. E, aqui, o diferente se apresenta principalmente na tarefa do *blog* jornalístico em ser uma janela de exposição do processo de produção do Jornalismo. O fato de ser destinado preferencialmente a uma audiência mais ativa e menor que a do Jornalismo convencional permite ao *blog* jornalístico usar de uma linguagem mais transparente e informal, num estilo de texto mais subjetivo e informal (ROBINSON, 2006) do que em outras categorias do webjornalismo. Isso torna o Jornalismo produzido nestes *blogs* mais próximo ao leitor, na medida em que desmistifica a atividade jornalística como algo que contém diversos interesses obscuros em sua produção; ao mostrar, para quem quiser ver, como são os critérios utilizados pelo blogueiro-jornalista para selecionar aquilo que é veiculado nas postagens e o modo como as informações são apresentadas em forma de texto, alguns *blogs* jornalísticos deixam claro que existem diversos interesses e distintas motivações para um produto jornalístico ser posto à público. Nesse sentido, quando existe a ideia da busca por uma objetividade, por um equilíbrio na cobertura dos fatos, ela é revelada ao público, que, tendo condições de visualizar todo o processo de constituição do produto jornalístico, pode então julgar o quanto objetivo o jornalista conseguiu ser na escrita de suas postagens, e o quanto equilibrado seu produto final está apresentado.

Entende-se que hoje os *blogs* jornalísticos já estejam expondo o *modus operandi* do Jornalismo para leigos. Especialmente nos *blogs* vinculados a jornais on-line, a experiência de publicar a íntegra de uma matéria ou entrevista no *blog* e uma versão menor, editada, num jornal impresso, por exemplo, dá condições ao leitor de perceber quais foram os critérios utilizados pelo jornal para editar aquele material. Nesse sentido, como indicou Carlos André Moreira (2009) na entrevista realizada para esta dissertação, “quando se tem a íntegra no *blog*, também se sabe o que se preferiu publicar no jornal. O leitor ao menos tem uma noção do que o jornal considerou mais interessante, e ele pode até mesmo discordar disso” (MOREIRA, 2009). Este tipo de situação, se analisada em diversos casos de *blogs* jornalísticos espalhados pelos jornais on-line do Brasil, pode ajudar a compreender quais os critérios de noticiabilidade usado em cada um destes jornais, o que permite um melhor entendimento da mecânica que leva um jornal a publicar estas e não aquelas notícias. Por outro lado, um estudo sobre os critérios de

noticiabilidade usados nos mais diferentes *blogs* jornalísticos pode trazer resultados que, se comparados, vão permitir quais aqueles valores comuns que orientam a prática blogueira-jornalística, o que vai ajudar na compreensão da especificidade do *modus operandi* do *blog* jornalístico em relação à outros meios e gêneros do ciberjornalismo.

Um dos principais aspectos que se considera pertinente para estudos posteriores envolvendo o *blog* jornalístico é a questão da constituição de redes de *blog* jornalísticos. O estabelecimento de diversos *blogs* que se dediquem a cobertura de um determinado assunto ou do noticiário de um dado local é uma das mais importantes potencialidades do advento dos *blogs* ao jornalismo. Em lugares onde os *blogs* – aí não só os *blogs* jornalísticos, mas toda a blogosfera – tem mais participação na esfera pública, como os Estados Unidos, existem blogueiros que se unem para a produção de postagens coletivas¹⁵³ sobre um assunto, o que se constitui como uma interessante experiência para noticiar informações de um dado acontecimento sob os mais variados pontos de vista. Nesse sentido, entende-se que é possível que redes de *blogs* – jornalísticos – possam vir a serem constituídas num futuro breve, o que vai oferecer uma saudável alternativa à cobertura dos fatos oferecida pelo Jornalismo convencional. Um estudo sobre a viabilização – inclusive financeira – de redes com esta função é algo que se acredita ser importante tanto para a prática blogueira-jornalística quanto para a sociedade.

O estudo dos processos de produção no *blog* jornalístico, e do que eles tem de semelhante ou diferente dos processos jornalísticos tradicionais, pode trazer contribuições para o entendimento mais aprofundado da natureza da prática jornalística no ciberespaço. Nos Estados Unidos, estudos realizados pelo pesquisador Wilson Lowrey (2006, 2008) que analisam a prática jornalística-blogueira sob o viés da sociologia das profissões, têm trazido contribuições interessantes para a área – algumas delas inclusive apresentadas no início desta conclusão. No Brasil, tem-se o conhecimento dos trabalhos de Lia Raquel Almeida¹⁵⁴ (2009), que faz um estudos de caso com jornalistas que

¹⁵³ No Brasil existem iniciativas semelhantes, identificadas aqui como Blogagem Coletiva, que podem ser definidas como uma união de vários blogueiros para escrever sobre um mesmo assunto em uma data combinada com antecedência.

¹⁵⁴ A dissertação de Lia Raquel Almeida foi defendida em 29 de abril de 2009 no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), em sessão que o autor deste trabalho esteve presente. O trabalho, realizado sob orientação do professor Marcos Palacios, é intitulado *Os Blogs vistos pela redação: Os blogs e*

mantém *blogs* dentro de instituições jornalísticas. É uma área com grande potencial que começa a ser mais estudada pelos pesquisadores de comunicação e Jornalismo.

Outro aspecto que pode vir a ser abordado em outros trabalhos é a questão da deontologia e ética dos *blogs* jornalísticos - inicialmente, este aspecto até estava previsto para constar nesta dissertação, mas a falta de tempo para a realização de um estudo aprofundado do assunto foi o principal motivo para a sua ausência. Entende-se que o código de ética da blogosfera desenvolvido por Blood (2002a) é um bom começo para estabelecer uma relação com os diversos códigos de ética do Jornalismo existentes ao redor do planeta. Alguns princípios *bloggers* como os aspectos envolvendo a prática do *blogging* – que foram abordados neste trabalho, ainda que de forma sucinta – podem proporcionar importantes mudanças na deontologia jornalística, a ponto de Friend & Singer (2007) indicar a transparência como um novo princípio ético para o Jornalismo produzido no ciberespaço. A regulamentação legal da prática blogueira, as similitudes nas leis que regem o Jornalismo e os *blogs* em países onde já existem leis específicas sobre a atividade dos *blogs* como os Estados Unidos, a possibilidade da tomada do marco legal do Jornalismo como também marco para regulamentar a atividade blogueira e a questão da criação de uma jurisprudência específica para a atuação dos *blogs* no Brasil são também aspectos deste tema que podem render boas investigações acadêmicas futuras.

Por fim, outro ponto que necessita mais estudos é a questão da circulação das informações no ciberespaço. Um dos aspectos que Machado (2006) indica como um dos menos estudados pelo Jornalismo, a circulação tem no *blog* jornalístico um laboratório que engloba o uso de diferentes mecanismos destinados à distribuição de informações jornalísticas na web. Analisar como o conteúdo de uma postagem chega aos usuários através de distintas ferramentas é uma tarefa que vai ajudar a se pensar em como um produto jornalístico pode chegar a diferentes tipos de pessoas.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDÉ, Alessandra. CHAGAS, Viktor. **Blog de política e identidade jornalística (transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor)**. In: Pauta Geral nº7, 2005. Salvador; Calandra, 2005.

ALLAN, Stuart. **Online News**. London: Open University Press, 2006.

ALLBRITON, Christopher. **Blogging form Iraq**. (p. 82-84). In: Nieman Reports, outono de 2003. Disponível em:<<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 9 abril 2009.

ALVES, Rosental Calmon. **El diario em transición: de productio a servicio; de monomedio a multimedia**. Trabalho apresentado na Reunión de Medio de año de la Sociedad Interamericana de Prensa (ppt). Quito, Equador; 17 março de 2006.

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDZSNAJDER, Fernando. **O Método nas Ciências Naturais e Sociais**. São Paulo; Pioneira Thomson Learning, 2004.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. 3º ed. Buenos Aires; Paidós, 2005.

AMARAL, Adriana. MONTARDO, Sandra. RECUERO, Raquel. **Blogs: mapeando um objeto**. In: AMARAL, Adriana. MONTARDO, Sandra. RECUERO, Raquel. Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação. p. 27-55. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

ARAÚJO, Artur Vasconcellos. **Weblogs e jornalismo: os casos de No Mínimo Weblog e Observatório da Imprensa** (Bloi). 900 p. 2 v. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2006.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo de portal: novo formato e categoria para o jornalismo digital**. In: MACHADO, Elias. PALACIOS, Marcos. Modelos de Jornalismo Digital. Salvador; Calandra, 2003.

BAUSCH, Paul; HAUGHEY, Matthew; HOURIHAN, Meg. **We Blog: Publishing online with weblogs**. Indianápolis (USA); Wiley Publishing Inc, 2002.

BAVIERA, Tomás Puig. **Un medio nascido de internet: el weblog**. (p. 187-206). In: LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (org). Comunicación local y nuevos formatos periodísticos em internet. Valencia; servei de publicacions de la Universitat de Valencia, 2008. Disponível em: <http://www.cibermediosvalencianos.es.comloc/baviera.pdf> > Acesso em: 3 março 2009.

BERGER, Christa. MAROCCO, Beatriz (Orgs.). **A era glacial do jornalismo – teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre os jornais**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BLOOD, Rebecca. **Weblogs: A History and Perspective**. 2000. Disponível em: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html > Acesso em: 1 fev 2009.

BLOOD, Rebecca. **The weblog handbook**. Cambridge (USA): Perseus, 2002 (a).

BLOOD, Rebecca. **Introduction**. In: RODZVILLA, John (org.). We've got blog: how weblogs are changing our culture. Cambridge (USA): Perseus, 2002. (b)

BLOOD, Rebecca. **Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media**. 2003. Disponível em: http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html > Acesso em: 17 maio 2007.

BORRAT, Héctor. FONTCUBERTA, Mar de. **Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción**. Buenos Aires; La Crujía, 2006.

BRADSHAW, Paul. **Blogs and investigative journalism: source materials**. 2007. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2007/10/26/blogs-and-investigative-journalism-sourcing-material>. Acesso em: 21 maio 2009.

BRADSHAW, Paul. **Are these the biggest moments in journalism-blogging history?** 2008a. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2008/11/20/are-these-the-biggest-moments-in-journalism-blogging-history/> Acesso em: 22 maio 2009.

BRADSHAW, Paul. **Blogging Journalists: pt3: Blogs and story research.” We swapped Info”**. 2008b. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2008/10/16/blogging-journalists-pt3-blogs-and-story-research-we-swapped-info/> Acesso em: 22 maio 2009

BRADSHAW, Paul. **Blogging Journalists pt 4: Blogs and news production: “I Think in hyperlinks, ever when working in print”**. 2008c. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2008/10/17/blogging-journalists-pt-4-blogs-and-news-production-i-think-in-hyperlinks-even-when-working-in-print/> Acesso em: 11 jan. 2009

BRADSHAW, Paul. **News distribution in a new media world (A model for the 21st century newsroom pt4)**. 2008d. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2008/01/02/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt4-pushpullpass-distribution> Acesso em: 11 maio 2009.

BRADSHAW, Paul. **Newsgathering Is production Is distribution**. Fevereiro de 2009. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2009/02/09/newsgathering-is-production-is-distribution-model-for-a-21st-century-newsroom-pt1-cont/> Acesso em: 11 maio 2009.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: colaborative online news production**. New York; Peter Lang, 2005.

BRUNS, Axel. **Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Prodsusage**. New York; Peter Lang, 2008.

CALLAHAN, Christopher. **A Journalist's guide to the internet**. Boston; Allyn and Bacon, 2002 (2º edição).

CASTILHO, C.; VANZIN, T. **O erro informativo e a produção colaborativa na web**. IN: Estudos em Jornalismo e Mídia, Brasil, v. 5, n. 2, 2008. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5820> Acesso em: 23 abril 2009.

COLLE, Raymond. **Explotar la información noticiosa – Data minning aplicado a la documentación periodística**. Madrid, Universidad Complutense, 2002.

COSTA JR, Luis Carlos. **A Apuração da notícia: Métodos de investigação na Imprensa**. Petrópolis; Vozes, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso sobre mídias**. São Paulo; Contexto, 2006.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. LAUX, Ana Paula. **Blogs jornalísticos e credibilidade: cinco casos brasileiros**. Revista Comunicare, v. 6, n. 2, 2006.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. LAUX, Ana Paula. **Confiabilidade, Credibilidade e reputação no jornalismo e na blogosfera**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v.31, n.1, p. 29-49, jan./jun. 2008. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/view/4809/4522>. Acesso em: 11 maio 2009.

DESAVOYE, Benoît; DUCAMP, Christophe; MAZENOD, Manuel de; MOISANT, Xavier. **Les Blogs; Nouveau media por tous**. Paris; M2 Editions, 2005.

DOMINGO, David. HEINONEN, Ari. **Weblogs and Journalism: a typology to explore the blurring boundaries.** Nordicom Review 29 (2008) 1, pp. 3-15. Disponível em: http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/264_domingo_heinonen.pdf Acesso em: 15 jul. 2009

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade.** (p.66 – 82). In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª Ed. São Paulo; Atlas, 2008.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese.** 20º ed. São Paulo; Perspectiva, 2006.

ESCOBAR, Juliana Lopes. **Blog do Noblat e escândalo midiático: jornalismo sobre novas bases.** In: Anais do XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) Brasília; 2006.

ESCOBAR, Juliana Lopes. **Blogs como nova categoria de webjornalismo.** IN: AMARAL, Adriana. MONTARDO, Sandra. RECUERO, Raquel (orgs.). Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo; Momento editorial, 2009. Disponível em: <<http://www.sobreblogs.com.br>> Acesso em: 12 jun. 2009

ESPINOLA, Rodolfo. MACHADO, Elias. **Modelos de circulação da informação no jornalismo digital: análise dos casos Digg, Slashdot, Overmundo e Pacjor.** Trabalho a ser apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://www.lapjor.cce.ufsc.br>>

FAUS BELAU, Antonio. **La ciencia periodística de Otto Groth.** Pamplona, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1966.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: Understand New Media.** Thousand Oaks; Pine Forge Press, 1997.

FRANCISCATTO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente. Como o jornalismo reformulou a experiência de tempo nas sociedades ocidentais.** São Francisco; Ed. UFS/Fundação Oviedo Teixeira, 2005.

FRIEND, Cecília. SINGER, Jane B. **Online Journalism ethics: Traditions and transitions.** London: M.E. Sharpe, 2007.

FOLETTTO, Leonardo. **Os weblogs como propulsores do alargamento do campo jornalístico.** Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) – Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria, 2007.

GANS, Herbert. **Democracy and the news.** Nova York; Oxford, 2003.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo.** Porto Alegre: Tchê!, 1987

GRANIERI, Giuseppe. **Blog Generation.** Roma: Laterzi, 2005.

GRANADO, Antonio. BARBOSA, Elisabete. **Weblogs: diário de bordo.** Porto; Porto Editora, 2004.

GILLMOR, Dan. **Moving Toward Participatory Journalism.** (p. 79-80). In: Nieman Reports, outono de 2003. disponível em:<<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 12 abril 2009.

GILLMOR, Dan. **We the Media: Grassroots Journalism: By the People for the People.** Sebastopol; O'Reilly Press, 2004.

GOMES, Wilson. **Ensaio de teoria do jornalismo.** Florianópolis; Insular, 2009.

GRABOWICZ, Paul. **Weblogs bring Journalists into a larger community.** (p. 74-75). In: Nieman Reports, outono de 2003. Disponível em:<<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 12 abril 2009.

GUNTER, Barrie. **News and the net**. Mahwah; Lawrence Erlbaum Associates, 2003.

HAAS, T. **From 'public' journalism to 'public's' journalism? Rethoric and reality in the discourse on weblogs**. Journalism Studies, 2005, volume 6, n°3, p. 387-396.

HARTLEY, John. **Communication democracy in a redactional society> the future of journalism studies**. Journalism: theory, practice, criticism, 1(1), p. 39-47, 2000.

HARTLEY, John. **Journalism as a human right. The Cultural approach to journalism**. (p. 39-51). In: Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future. LOFFELHOLZ, Martin; WEAVER, David (orgs). Londres; Blackwell, 2008.

HILER, John. **Blogosphere: the emerging Media Ecosystem. How Weblogs and Journalists worktogether to Report, Filter and Break the News**. 2002. Disponível em: <<http://www.microcontentnews.com/articles/blogosphere.htm>> Acesso em: 15 nov 2008.

HOOLBROOK, Daniel L. **Theorizing the Diary Weblog**. Master's Thesis (Master of Arts) – Master of Arts Program in the Humanities, University of Chicago, 2006. Disponível em: <http://www.ourboldhero.com/research/theorizing.pdf> Acesso em: 2 dez. 2007.

JARVIS, Jeff. **New Rule: cover what do you best. Link to the rest**. 2007. Disponível em: <http://www.buzzmachine.com/2007/02/22/new-rule-cover-what-you-do-best-link-to-the-rest/> Acesso em: 1 jun. 2009

JAVA, A.; SONG, X.; FININ, T.; TSENG, B. **Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities**. Proceedings of the Joint 9th WEBKDD, 2007. Disponível em <<http://ebiquity.umbc.edu/paper/html/id/367/Why-We-Twitter->

[Understanding-Microblogging-Usageand-Communities](#)>. Acesso em 21 out. 2007.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LARA, Tiscar. **Weblogs y Periodismo Participativo**. In: Pauta Geral, nº6, jun. 2004. Salvador; Calandra, 2004.

LARRONDO URETA, Ainara. **Presença del formato weblog em los cybermedios; uma aproximación a su usos y funciones**. In: Revista Latino Americana de Comunicação Social, nº60 (2005). Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/819/81986007.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2007

LASICA, J.D. **Blogging as a form of Journalism**. 2002. Disponível em: <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.php>> Acesso em: 19 março 2008.

LASICA, J.D. **Blog and journalism need each other**. 2003. Disponível em: <<http://www.jdlasica.com/articles/nieman.html>> Acesso em: 19 março 2007.

LEMONS, André. **Prefácio** (p.7-21). IN: AMARAL, Adriana. MONTARDO, Sandra. RECUERO, Raquel (orgs.). **Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo; Momento editorial, 2009. Disponível em: <<http://www.sobreblogs.com.br>> Acesso em: 9 jun. 2009.

LENNON, Sheila. **Blogging Journalists Invite Outsiders Reporting In**. (p. 76-79). In: Nieman Reports, outono de 2003. Disponível em:<<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 9 abril 2009.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA JR. Walter. **Sistema digital de busca inteligente de fontes jornalísticas**. In: Anais IV Encontro Nacional de História da Mídia Digital, 2006, São Luís. Disponível em: http://www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/cd4/digital/w_limajr.doc
Acesso em: 2 março 2009.

LÓPEZ, Xosé; LÓPEZ, M. Otero. **Bitácoras: La consolidación de la voz del ciudadano**. Lã Corunã; Netbiblo, 2007.

LOWREY, Wilson. **Mapping the journalism-blogging relationship**. In: Journalism, vol. 7 nº4, 2006. Disponível em: <http://jou.sagepub.com/cgi/reprint/7/4/477> Acesso em: 3 dez. 2007

LOWEY, Wilson. LATTA, John. **The routines of blogging**. In: DOMINGO, David. PATERSON, Chris. Making Online News: The Ethnography of New Media Production. Nova Iorque; Peter Lang, 2008.

MACHADO, Elias. **La Estructura de la noticia em las redes digitales. Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. Tese (Doutorado em Jornalismo)– Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Univesidad Autónoma de Barcelona, 2000.

MACHADO, Elias. **O Ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador; Calandra, 2003.

MACHADO, Elias. **O Jornalismo Digital em Base de Dados**. Salvador; Calandra, 2006.

MACHADO, Elias. **Os sistemas de circulação no ciberespaço**. 2006. Disponível em: <http://www.lapjor.cce.ufsc.br/controle/artigos/artigo15.pdf> Acesso em: 11 jun. 2009

MACHADO, Elias. **Sistema de edição no jornalismo em base de dados**. Palestra de abertura da XVII Semana de Comunicação da UEPG, 2008. Disponível em:

<http://www.lapjor.cce.ufsc.br/controle/artigos/artigo13.pdf> Acesso em: 1 jul. 2009

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Um Modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL**. In LAGO, Cláudia. BENETTI, Márcia (orgs). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis; Vozes, 2007.

MACHADO, Elias. KERBER, Diego. MANINI, Elaine. **O Jornalismo digital no Diário.com.br: modelos de produção de conteúdos no Diário Catarinense On-line**. Trabalho apresentado no VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo; novembro de 2008.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Opinitivo**. Campos do Jordão; Editora Mantiqueira, 2003.

MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. **El ocaso del periodismo**. Barcelona; Cims, 1997.

MATHESON, Donald. **Weblogs and epistemology of the news: some trends in online journalism**. In: New Media and society 2004; 6; 443. Disponível em: <http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/6/4/443>. Acesso em 9 jun. 2008.

MATTOSO, Guilherme de Queirós. **Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação**. 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.pdf>> Acesso em: 12 nov. 2007.

MEDISTSCH, Eduardo. **O conhecimento do Jornalismo**. Florianópolis; Editora da UFSC, 1992.

MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro. **Outras práticas, outras narrativas: Jornalismo em transformação nos blogs jornalísticos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2007.

MIELNICZUK, L. **O desafio de aprender e de ensinar edição para webjornais**. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana; Felippi, Angela.. (Org.). Edição em Jornalismo - Ensino, Teoria e Prática. 1 ed. Santa Cruz: EDUNISC, 2006.

MITCHELL, Bill. **Weblogs: A Road Back to Basics**. (p. 65-68). In: Nieman Reports, outono de 2003. Disponível em: <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 12 abril 2009.

NOBLAT, Ricardo. **O que um blog pode ensinar**. Observatório da Imprensa, 01.02.2005. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO002>. Acesso em: 22 fev. 2009.

NOBLAT, Ricardo. **Como fazer – e manter – um blog político**. Observatório da Imprensa, 3.10.2006. Entrevista concedida à Larissa Morais. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=405ENO001> Acesso em: 13 jan. 2009.

NOGUERA VIVO, José Manuel. **Blogs y médios: Las claves de una relación de interés mútuo**. 2008. Disponível em: < <http://www.librosenred.com/libros/blogsymedioslasclavesdeunarelaciondeinteresmutuo.html>> Acesso em: 11 jan. 2009.

OLAFSON, Steve. **A Reporter Is Fired For Writing a Weblog**. (p.91-92). In: Nieman Reports, outono de 2003. Disponível em: <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 11 abril 2009.

ORIHUELA, José Luís. ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, José Luiz; ORDUÑA, Octavio Isaac Rojas; VARELA, Juan. **Blogs - La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos**. Madri: ESIC, 2005.(a)

ORIHUELA, José Luís. **Los weblogs y su identidad como cibermedios**. In: SALAVERRÍA, Ramón. (org.) Cibermedios – El

impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla; Comunicación Social, 2005.

ORIHUELA, José Luís. **La revolución de los blogs**. Madrid; La Esfera de Los Libros, 2006.

ORIHUELA, José Luís. **Los 'weblogs' cumplen diez años de agitación**. 2007. Disponível em: <http://www.elpais.com/articulo/ocio/weblogs/cumplen/anos/agitacion/elpeuteccib/20070118elpeiboci_1/Tes>. Acesso em: 13 maio de 2009.

OLIVEIRA, Rosa Meire Carvalho de. **Diários públicos, mundos privados: Diário íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal da Bahia, 2002.

O'REILLY, Tim. “Que és Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negociopara la siguiente generación del software. Telefónica. Boletín de la Sociedad de la Información. Fevereiro de 2006.

PALACIOS, Marcos. MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português**. In: Comunicarte, Revista de Comunicação e Arte, vol.1, n.2, Universidade de Aveiro, Portugal, set.2002.

PALACIOS, Marcos. **Alargamiento del campo periodístico na era del blogging**. Trabalho apresentado em colóquio na Universidade Nacional de Córdoba. Córdoba: dezembro de 2006. (a).

PALACIOS, Marcos. **Blogosfera e jornalismo on-line no Brasil Ou Porque Noblat, Josias e cia. Não fazem Blogs**. Artigo apresentado na LUPA, Revista Laboratório da Faculdade de Comunicação da UFBA. Salvador: maio 2006.(b)

PALACIOS, Marcos. E sobre a circulação das notícias online você já refletiu? 2008. Disponível em:

<http://gjol.blogspot.com/2008/01/e-sobre-circulao-das-notcias-online-voc.html> Acesso em: 15 jun. 2009.

PAQUET, S. **Personal knowledge publishing and its uses in research.** 2002. Disponível em: <<http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html>> Acesso em: 15 maio 2009.

PARK, Robert E. **The natural history of the newspaper.** In The city. Suggestions for investigations of human behavior in the urban environment. London and Chicago. Chicago University Press, 1984, 663-79. 1a ed. 1925.

PARK, Robert E. **A notícia como uma forma de conhecimento.** IN: STEINBERG, Charles. Meios de Comunicação de Massa. São Paulo; Cultrix, 1972.

PAVLIK, John V. **Journalism and new media.** Nova Iorque; Columbia University Press, 2001.

PESCE, Mark. **Hyperpeople: what happens after we're all connected?** 2006. Disponível em: <http://blog.futurestreetconsulting.com/?p=24> Acesso em: 15 julho de 2009.

PRIMO, Alex. **Gênero de blogs.** 2008. Disponível em: <http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2008/09/30/generos-de-blogs>> Acesso em: 25 jan. 2009

PISCITELLI, Alejandro. Internet, la imprenta del siglo XXI. Barcelona; Gedisa, 2005

POLAINO, Rafael. **Fenómeno blog: información, comunicación, periodismo.** In: FLORES VIVA, Jesus. HERREROS, Mariano Cebrián. RAMIREZ, Francisco Esteve. Blogalaxia y periodismo en la red: estudios, análisis y reflexiones. Madrid; Editorial Fragua, 2007.

QUADROS, Claudia Irene; ROSA, Ana Paula e VIEIRA, Josiany. **Blogs e as Transformações no Jornalismo**. Revista da E-Compos número 3, agosto de 2005, disponível em <www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em: 28 nov. 2007.

QUADROS, Cláudia Irente. SPONHOLZ, Liriam. **Deu no blog jornalístico: é notícia?** In: 4º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2006, Porto Alegre. CD-ROM

RECUERO, Raquel. Warblogs: **Os Blogs, a Guerra no Iraque e o Jornalismo Online**. Artigo apresentado no XXVI Intercom em abril de 2003. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/warblogs.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2008.

REGAN, Tom. **'Weblogs Threaten and Inform Traditional Journalism'**. (2003). Nieman Reports 57(3): 68-69. <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf> Acesso em: 11 jun. 2008.

REYNOLDS, Glenn Harlan. **Weblogs and Journalism: Back to the Future?** (p.81-82). In: Nieman Reports, outono de 2003. Disponível em:<<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 12 abril 2009.

ROBINSON, Susan. **The mission of the j-blog: Recapturing journalistic authority online**. In: Journalism, 2006, nº7, p. 65-83.

ROSEN, Jay. **Bloggers vs. Journalists is Over**. Disponível em http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk_essay.html. 2005. Acesso em: 14 nov. 2007.

ROSENBERG, Scott. **Fear of Links**. Disponível em:<<http://www.salon.com/tech/col/rose/1999/05/28/weblogs/>> Acesso em: 11 dez. 2008.

ROTHEMBERG, Matthew. **Weblogs, Metadata, and the semantic web**. 2003. Disponível em: http://aoir.org/members/papers42/rothemberb_aoir.pdf Acesso em: 11 jun. 2009

RUSHKOFF, Douglas. **Open Source Democracy: How Online Communication Is Changing Offline Politics**. Disponível em: < <http://www.asiaing.com/open-source-democracy-how-online-communication-is-changing-offline-pol.html> > Acesso em: 11 março 2009.

SÁEZ VACAS, Fernando. **La blogosfera: um vigoroso subespacio de comunicación em Internet**”. Telos, julho-setembro, 2005, n° 64, Segunda Época. Disponível em: <http://campusred.net/telos/articulotribuna.asp?idarticulo=3&ver=64> Acesso em: 11 jul. 2009

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción periodística en internet**. Pamplona; EUNSA, 2005.

SALAVERRÍA, Ramón (org.) **Cibermedios – El impacto de internet en los medios de comunicación en España**. Sevilla; Comunicación Social, 2005.

SALAVERRÍA, Ramón. **El estilo del weblog periodístico: uso redaccionales em diez bitácoras españolas de información general**. 2008. Disponível em: http://www.unav.es/fcom/guia/docs/el_estilo_del_blog_periodistico.pdf Acesso em: 11 jan. 2009.

SCHITTINE, Denise. **Blogs: Comunicação e Escrita íntima na internet**. São Paulo; Civilização brasileira, 2004.

SCOTT, D. Travers. **Blog Invasion! What are they? Where did they come from?**, Writing & Presentation for Digital Media, CMU597, 26 de maio, 2004. Disponível em: <http://students.washington.edu/travers/blogs/BlogsScott.pdf>. Acesso em: 16 de junho de 2007.

SILVA, Jan Alyne. **Mãos na Mídia: Weblogs, apropriação social e liberação do pólo de emissão**. 170 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2003. (a)

SILVA, Jan Alyne. **Weblog: Múltiplas atualizações e um conceito**. Trabalho apresentado no XXVI Intercom. . Disponível em: http://www.nuted.edu.ufrgs.br/objetos/2005/obj_blog/2003_NP08_silva.pdf Acesso em: 11 out. 2008. 2003 (b).

SILVA JR, José Afonso. **Legado e Herança das agências de notícia para o jornalismo na web**. Trabalho apresentado na XVI Encontro da Compós. Curitiba, junho de 2007. Disponível em: http://www.contemporanea.poscom.ufba.br/v6n1_pdf_jun08/joseafons_o_legado.pdf > Acesso em: 10 jun. 2009

SINGER, Jane B. **The political j-blogger: 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices**. In: Journalism, 2005, nº6, p. 173-198.

SOFI, Antonio. **Un nuovo giornalismo s'intreccia nella Rete: l'informazione nell'era dei blog**. (p. 141 – 168). In: SORRENTINO, Cala (org). Il Campo Giornalistico. I nuovi orizzonti dell'informazione. Roma; Carocci, 2006.

SOSTER, Demétrio. **A relação entre a velocidade e a precisão no webjornalismo**. In Em Questão, vol. 9, número 2. Porto Alegre, jul-dez 2003, p. 308-318. Disponível em http://www6.ufrgs.br/emquestao/pdf_2003_v9_n2/EmQuestaoV9_N2_2003_art08.pdf Acesso em: 28 mar. 2009

STOVALL, James Glen. **Web Journalism: Practice and Promise of a New Medium**. Boston; Pearson Education, 2004.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa Bibliográfica** (p. 51-61). In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª Ed. São Paulo; Atlas, 2008.

TRASÊL, Marcelo. **A vitória de Pirro nos blogs: ubiqüidade e dispersão conceitual na web**. In: AMARAL, Adriana. MONTARDO, Sandra. RECUERO, Raquel. Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação. p. 93-108. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

WALL, Melissa. **Blog as black market journalism: a new paradigm for news** (2004). Disponível em: <<http://bcis.pacificu.edu/journal/2004/02/wall.php>> Acesso em: 3 dez. 2007.

WALKER, Jill. **Blogging**. Cambridge (UK); Politiy Press, 2008.

WENDLAND, Mike. **Blogging connects a columnist to new story ideas**. (p. 94-95) In: Nieman Reports, outono de 2003. Disponível em: <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 12 abril 2009.

WILLEY, Keven Ann. **Readers Glimpse an Editorial Board's Thinking**. (p. 88-90). In: Nieman Reports, outono de 2003. Disponível em: <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/1-2V57N3.pdf>> Acesso em: 1 abril 2009.

WINER, Dave. **The History of Weblogs**. 2002. Disponível em: <<http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs>>. Acesso em: 29 fev. 2009

ZAGO, Gabriela. **O twitter como suporte para produção e difusão de conteúdos jornalísticos**. Trabalho apresentado no VI Congresso da SBPjor. São Bernardo do Campo, novembro de 2008. Disponível em: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/individual44gabrielazago.pdf> Acesso em: 15 jul. 2009

7. APÊNDICES

7.1. Apêndice I - Questionário modelo enviado aos oito casos de blogs jornalísticos estudados.

QUESTIONÁRIO

Caro (a) profissional,

Mestrando em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina, Bolsista de Mestrado do CNPq e membro do Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital (LAPJOR) – <http://www.lapjor.cce.ufsc.br>, desenvolvo no momento pesquisa para minha dissertação de Mestrado sobre as características e especificidades do blog jornalístico. A metodologia de pesquisa consiste na observação sistemática dos blogs escolhidos e entrevistas com seus editores. Todos os dados são confidenciais, com a garantia de anonimato das identidades dos profissionais, de acordo com as leis de proteção de dados pessoais. Uma vez salva as informações obtidas, os questionários individuais serão destruídos. Antecipadamente agradeço pela colaboração de todos.

Atenciosamente,

Leonardo Foletto
leofoletto@gmail.com

1. Idade

() 21 a 30 anos () 31 a 40 anos () Mais de 40 anos

2. Cidade em que fez seus estudos universitários

R: _____

3. Estudos Cursados

() Jornalismo () Outras habilitações de Comunicação
Social () Direito () Autodidata () Outros

4. Anos de atividades profissionais com jornalismo

() 0 a 5 anos () 5 a 10 anos () 10 a 20 anos ()
Mais de 20 anos

5. Nível Salarial Mensal
() Menos de 1000 reais () 1000 a 2000 reais () 2000
a 4000 reais () Acima de 4000 reais

6. Parcela de participação do blog no Nível Salarial Mensal
() Nenhuma () 1 a 25% () 25 a 50 % () 50 a 75% ()
) 75% a 100 %

7. Como você descobriu o blog?
() Sozinho, navegando na rede () Indicação de amigos e/ou
conhecidos () A empresa pra qual você trabalha o apresentou

8. Você já tinha familiaridade com a ferramenta blog antes de
passar a editar uma?
() Sim () Não

9. Qual é seu principal local de trabalho para o blog?
() Em casa () Na sede da empresa onde trabalha ()
Na rua

10. Você considera jornalismo o que faz em seu blog?
() Sim () Não

11. Você trabalha profissionalmente como jornalista para mais
outro meios (impresso, online, rádio, televisão) além do blog?
() Sim, para mais de um () Sim, para mais um ()
Não

12. Qual a principal diferença que você apontaria do jornalismo
no blog para estes outros meios?

R: _____

13. Em quanto tempo você acredita que um profissional
necessite para se adaptar ao novo meio?

(☐) Menos de um mês (☐) De 1 a 2 meses (☐) Mais de 2 meses

14. Entre apuração, edição, redação e divulgação, você dedica quanto tempo diário ao blog ?

(☐) Menos de 4 horas (☐) 5 a 8 horas (☐) Mais de 8 horas

15. O seu blog mantém algum tipo de vínculo com empresas jornalísticas?

(☐) Sim (☐) Não

16. Em caso afirmativo, a empresa a qual seu blog está vinculado pode sugerir ou interferir nas postagens?

(☐) Sim (☐) Não

17. O seu blog é focado em algum tema (esportes, cultura, política, economia, tecnologia, saúde, educação) específico?

(☐) Sim (☐) Não

18. Em caso afirmativo, há espaço para postagens que não sejam diretamente vinculados ao tema do blog?

(☐) Sim (☐) Não

19. Quantas fontes você costuma ouvir antes de produzir um postagem?

(☐) Mais de duas (☐) Duas (☐) Uma (☐) Nenhuma

20. Na maioria dos casos, como você se comunica com elas?

(☐) Pela internet (☐) Por telefone (☐) Pessoalmente

21. Em que gênero você consideraria que pertence a maioria dos suas postagens?

(☐) Informativo (☐) Opinativo (☐) Outros

22. Numa escala de 1 a 8 (8 o mais importante, 1 o menos), numere de acordo com a importância de onde você costuma retirar as pautas para o blog.

(☐) Assessoria de Comunicação

- ☐) De seu trabalho como jornalista em outro meio
- ☐) Navegando em outras páginas da internet
- ☐) De outros blogs
- ☐) De grupos de discussão e comunidades virtuais
- ☐) De banco de dados de empresas e instituições
- ☐) De conversas com fontes
- ☐) De outras formas

23. Você costuma comentar em outros blogs?

- ☐) Sim ☐) Não

24. Entre os mecanismos de circulação abaixo, assinale (no máximo 4 itens) aqueles que você acredita que são os mais importantes para a circulação do seu blog na rede.

- ☐) Links em outros blogs/sites
- ☐) Comentários (no seu blog e de você em outros blogs)
- ☐) RSS
- ☐) *Blogroll* (Lista de blogs/sites recomendados pelos blogueiros)
- ☐) *Newsletters*
- ☐) Grupos de discussão e redes sociais
- ☐) Vinculação à outros tipos de sites e/ou portais meios (Televisão, rádio, impresso)
- ☐) Outras formas*

*: Especificar: _____

25. Você conhece algum código de ética entre os blogueiros?

- ☐) Sim ☐) Não

26. Em caso afirmativo, você costuma se guiar por ele(s) ou consultá-lo(s) para as suas postagens no blog?

- ☐) Sim ☐) Não

27. Você acredita que um código de ética da blogosfera interfere/interferiria nos preceitos da ética jornalística que você costuma se basear em sua atividade profissional?

- ☐) Sim ☐) Não

28. Por que?

R: _____

29. Quem responde juridicamente pelo seu blog?

☐ Você ☐ Você e outras pessoas que editam o blog ☐
) A empresa a qual ele está vinculado

7.2. Apêndice II - Entrevista realizada com Carlos André Moreira, editor do *Mundo Livro*¹⁵⁵.

LF - Para começar, eu queria saber como que se deu a ideia do blog.

CAM - Foi uma proposta minha, quando a Zero ainda não estava com um setor exclusivamente online montado, e nossos trâmite com o mundo online se dava pelo *ClicRBS*. Propus a ideia para o pessoal do Clic justamente quando começaram a surgir os blogs relacionados à Zero. Este é o motivo pelo qual o Mundo Livro é um dos mais antigos daquela lista de blogs da ZH Online.

LF - E quando veio o *Zerohora.com* o blog migrou de portal naturalmente?

CAM - Sim, foi uma migração natural. Na verdade foi mais como uma duplicação, porque o Mundo Livro permanece listado também no portal *ClicRBS*. Embora lá ele às vezes desapareça um pouco entre o grande número de blogs.

LF - Era até uma dúvida minha, o local exato onde ele está hospedado

CAM - Ele está nos dois. Ele permaneceu no Clic mesmo com a migração do Online. Na prática isso significa que, quando há um post que acho que vale chamada de capa, entro em contato com as duas editorias eletrônicas, a do Online ZH e a dos Capistas do ClicRBS. No Clic ele é um entre os 65 blogs de Variedades. Na ZH Online o número é bem menor. Não é o único caso desse tipo, de dupla filiação. O Blog do Roger Lerina e o Blog *Ar Puro* também é acessível pelos dois portais.

LF - O sistema de publicação de ambos é o mesmo?

CAM - Mudou um pouco. Usamos há anos a mesma Ferramenta de Blogs, mas quando o *ZH Online* surgiu, ela foi incrementada e tornada mais fácil, possibilitando uma maior liberdade em termos de edição de imagem - antes a coisa estava mais limitada, o que é perceptível olhando os primeiros posts. Só havia como carregar uma imagem, e sempre no mesmo local. Esse aperfeiçoamento se deu depois da ida para o ZH Online, mas na prática ainda é o mesmo ambiente de edição. Quem tem acesso franco ao blog, além de mim, que eu saiba, é o pessoal só do Online. No Clic deve ter sobrado alguém da

¹⁵⁵ Entrevista realizada no dia 28 de janeiro de 2009 via *MSN Messenger*.

área de edição com acesso, mas não é um acesso que se usa. Qualquer discussão editorial se dá é com o pessoal do Online.

LF - Como se dá a relação com o pessoal do on-line?

CAM - Sim, eles sugerem, mas são mais efetivos nisso nas épocas de coberturas especiais, como as da Jornada de Passo Fundo ou da Feira do Livro. O contato com eles se dá mais no dia-a-dia: temos uma pauta, eles ligam no fim para pegar alguns dados e pôr online o mais rápido possível, coisas assim. Ou temos uma entrevista marcada que pode render um vídeo, eles acertam com a gente de alguém nos acompanhar com a câmera ou até mesmo de a gente filmar, dependendo. Normalmente quando o jornal está sendo planejado já se pensa no que pode se fazer para o online. No blog a coisa é mais autônoma, a não ser nos já citados períodos de exceção.

LF - A periodicidade dos posts, ou o tipo de texto a ser publicado, foi algo planejado desde quando tu apresentou a ideia da criação do blog?

CAM - Já havia a ideia de que a periodicidade fosse frequente desde a criação do blog. A ideia original era que fosse um blog coletivo da editoria, com vários autores, mas na prática eu acabei ficando com a atribuição de atualizar com frequência. Ainda assim, ao longo desses dois anos e meio (o blog estreou em junho de 2006) consegui formar uma equipe de colaboradores que me ajudaram a manter a frequência de postagens.

LF - Quantos são os colaboradores efetivos?

CAM - Eu sou o editor, mas contamos também com a colaboração esporádica de Gustavo Brigatti, Patrícia Rocha, Larissa Roso, Gabriel Brust. Marcelo Perrone já colaborou também algumas vezes. E tínhamos a colaboração frequente de Priscilla Ferreira e Rodrigo Bruenig, repórterES que trabalhavam conosco. Eram ambos plantonistas do *Segundo Caderno*, função hoje exercida pelo Gustavo Brigatti.

LF - Como se dá a colaboração deles?

CAM - Eles normalmente sugerem colaborações, a gente conversa sobre o livro, eu dou sinal verde e eles me passam o texto. Aí eu recebo de volta, leio e publico. Como é um blog, meu papel de editor é mais restrito, por opção minha. No máximo uma que outra sugestão ou inclusão em um texto, escolha de ilustração, edição de links se necessário. Prefiro preservar o texto dos colaboradores, com ajustes mínimos.

LF – Há mais liberdade no blog que no jornal?

CAM - Sim, em termos tanto de tamanho de texto quanto até de um tratamento. Embora eu muitas vezes aproveite naturalmente os "ganchos" que vão surgindo, eu não preciso deles para fazer um post, por exemplo. E consigo publicar ali coisas que não caberiam numa página de jornal, "caber" aqui no sentido estritamente físico. Mais de uma vez carregamos no blog a íntegra de uma entrevista que precisou ser editada no jornal. Fazemos uma matéria de livros, e chamamos para a leitura de um trecho da obra no blog, é outra coisa. A linguagem que se usa no blog também pode ser um tanto diferente da de um jornal impresso. Como a ZH é um jornal de grande circulação, nas páginas do jornal o texto precisa ser um tanto mais acessível - com exceção talvez do Cultura - mas no blog tanto eu quanto os colaboradores podemos fazer outras coisas que a instituição do jornal talvez não comportasse. Textos em primeira pessoa, comentários relacionados a circunstâncias particulares, até um texto analítico com uma abordagem um pouco mais metódica, ao estilo acadêmico. Tudo isso cabe no blog. Não caberia no jornal, pelo menos não em todo ele.

LF – Não há restrição com relação ao texto no blog?

CAM - Não há uma exigência, digamos. O estilo é mais livre, alguém pode fazer um texto e dar uma opinião (até porque o blog é muito de opinião) embasada numa leitura da adolescência, por exemplo. Eu, como editor e mais frequente atualizador do blog, acabo exigindo de mim mesmo uma certa pegada mais jornalística. Puxo ganchos da atualidade, faço algum texto motivado pelo noticiário - o exemplo mais recente é um breve obituário de John Updike, cuja morte foi anunciada ontem. Mesclo análise crítica e informação, então eu naturalmente direciono o texto para um tom mais jornalístico - mas notei que os colaboradores costumam usar mais a subjetividade, a primeira pessoa. Um deles, o Gustavo, está agora publicando no blog uma série que foi ideia dele próprio: o "live-reading" de um romance policial gigantesco escrito por um indiano que ninguém havia ouvido falar por aqui. Mas o próprio fato de o blog ainda ser um blog "de livros" da Zero Hora - não é o "blog do Carlos André", embora eu me apresente como editor, meio que determina esse tom jornalístico. Acontece o mesmo com os blogs das outras áreas: o Remix, de música alternativa, o Primeira Fila, de cinema, e o Caco, de teatro. O único integrante do Segundo Caderno a ter um blog pessoal, identificado como dele, é o Roger, e ele é colunista. E mesmo no blog dele muitas vezes se tem notas, informações, serviços

de eventos bacanas. A ideia dos blogs do Online, pelo menos os do Segundo Caderno, permanece sendo a de espaços mais descontraídos, mas ainda assim com informação. O que muda talvez seja que no blog eu posso me apresentar como a fonte dessa informação.

LF - No questionário que te mandei, tu marcaste que as pautas para o blog vem, em primeiro lugar, do teu trabalho como jornalista, do segundo caderno.

CAM - Sim. Sou o jornalista responsável pelo setor literário - naturalmente preciso tentar ficar atualizado com o que está sendo publicado, relançado, quem está aparecendo na cena local.

LF - E como não há espaço na editoria para todas as pautas, o blog cumpre esse papel de servir como um complemento

CAM - Exato. Muitas vezes algo que na página de livros de quarta-feira saiu como uma nota de cinco linhas é expandido no blog - ou a gente publica lá a íntegra de coisas que tiveram de ser editadas no espaço do jornal. Essa experiência da íntegra, a propósito, ainda não foi de todo alvo de um questionamento por parte de leitores e de usuários de internet. Porque quando se tem a íntegra no blog, também se sabe o que se preferiu publicar no jornal. O leitor ao menos tem uma noção do que o jornal considerou mais interessante, e ele pode até mesmo discordar disso.

LF - Muito do que se informa sobre literatura antes não saía no jornal e agora sai no blog.

CAM - Ou saía em espaço menor. Agora a gente amplia. Dá oportunidade até para discutir mais o cenário local, o internacional, puxar uns bastidores. São espaços complementares. Não tenho essa experiência de saber, por exemplo, se o público do blog é o mesmo que lê no jornal. O Gabriel Brust, do remix, tem isso bem claro: quando ele publica a coluna no jornal o público é um, quando publica no blog é outro. Acho que é possível que seja o mesmo no Mundo Livro, porque raramente alguém comenta no blog que foi parar lá por algo do jornal, ou algo que leu no jornal, as pessoas costumam comentar é o que leram na rede mesmo. Agora, uma coisa que fizemos na Feira do Livro meio que misturou esses dois públicos. Nós publicávamos um trecho de livro no caderno da Feira e pedia para que os leitores tentassem adivinhar de quem era através dos comentários no blog. Teve resposta.

LF - Pautas do blog vão para o jornal frequentemente? Por que do contrário acontece bastante, não?

CAM - Sim, o contrário é mais frequente, mas costumo muitas vezes antecipar conteúdo do jornal chamando para a leitura de um texto que ainda não saiu, como por exemplo coisas do Caderno Cultura. Já antecipei também assuntos de pautas nas quais estava trabalhando.

LF – E não teve problema com isso?

CAM - Não, nunca tive problemas de conteúdo. Até porque eu próprio nunca "furei" o jornal no blog, apenas dizia: "estou trabalhando numa pauta tal - sabiam vocês que..." e dava uma palhinha da coisa, mas não a pauta toda. O que acontece é que mais de uma vez em termos "noticiosos", a gente já apresenta a notícia diretamente no blog. Vou cobrir uma palestra, logo já passei as informações para o online antes mesmo de mandar o texto final para o jornal.

LF - Com relação a apuração, há alguma diferença para o que é publicado no blog e para o jornal?

CAM - Depende sempre do tipo de texto. Acho que definitivamente no impresso eu recorro a mais fontes. No blog, como eu disse antes, embora sempre referencie as fontes, posso apelar para meu próprio conhecimento do assunto, algo que li, leituras cruzadas. Acho que o leitor de blog está mais aberto a que eu, enquanto jornalista, vá lá e diga: "olha, este livro foi citado assim pelo crítico tal, que tinha tal teoria acerca dele". Em um jornal impresso de grande circulação a impessoalidade, a objetividade, ou mais perto dela que se conseguir chegar, é ainda a norma, então o leitor não espera o repórter muito presente. Em um blog há espaço para que o bloguei se apresente de forma mais informal, pessoal, como disseste. O que, é óbvio, não significa chutar ou distorcer, apenas usar as informações que se têm. Eu e os demais colaboradores gozamos de autonomia na escolha dos assuntos, nunca houve nenhum conflito com relação a nenhuma postagem - mas ainda é, como eu disse, o *Mundo Livro* - não o meu blog. Tecnicamente, ele pode continuar independentemente de mim.

LF – Como faz para corrigir eventuais erros nos posts?

CAM - Normalmente eu programo aquele grafismo que "risca" o que eu escrevi antes e que estava errado e coloco a informação certa ao lado. Mas até agora não divulguei correção de erros graves de informação.

LF - Há uma preocupação específica com a circulação do blog? Tu utilizas de estratégias como comentar em outros blogs, divulgar em comunidades virtuais, listas de e-mails ou usar de títulos que sejam mais fáceis de serem achados pelos buscadores?

CAM - Olha, quando comento em algum blog sempre ponho o endereço do Mundo Livro, que está também na minha página no Orkut, mas as técnicas de afetar deliberadamente motores de busca eu não uso não. Muitas vezes meus títulos são uma brincadeira bastante particular com o assunto do post ou do blog, tipo piscadelas de olho para o leitor. Quando o blog começou mandei alguns e-mails para pessoas que eu mantinha contato profissional, mas não cheguei a fazer mais nenhuma divulgação sistemática. Minha principal preocupação com a circulação é muitas vezes encontrar um post interessante que possa ser chamado com link na capa da Home do Online ou do Clic. Vejo que isso aumenta a circulação, sim. Por isso tenho criado algumas seções no blog, coisas que as pessoas vão encontrar regularmente a cada período, o que cria também um certo vínculo de leitura. Ah, sim, outra ferramenta para chamar visitantes é a colocação de chamadas no jornal para a leitura de material adicional sobre uma determinada reportagem no blog.

LF – Para finalizar, queria saber de tua impressão geral sobre fazer um blog jornalístico.

CAM - Eu gosto da experiência do blog. Proporciona a chance de escrever de uma forma mais descontraída, abre espaço para uma discussão mais longa - nesse sentido o *Mundo Livro* é um blog que meio navega na contramão do que se diz que seria "recomendável" em blogs: eu ponho notas curtas às vezes, mas muitos dos textos poderiam ser publicados numa página inteira de jornal impresso. Justamente porque acredito que um blog de livros é também um blog de leitores, e um texto um pouco maior não vai assustar o visitante - ao menos o visitante com perfil para se tornar um habituê. A coisa de fazer o blog é bacana, muitas vezes pinta já uma sacada que eu sei que não teria espaço no jornal mas que dá para desenvolver no blog, dá para fazer algo que não se prenda ao compromisso da pauta ou da agenda que o jornal diário acaba precisando cumprir. O que me complica um pouco é justamente me organizar às vezes - além de repórter da ZH, sou tradutor, faço mestrado em literatura...e ainda tem o blog - logo, equilibrar o tempo para isso tudo é meio complicado.

7.3. Apêndice III – Entrevista realizada com Tiago Dória, editor do *Tiago Doria Weblog*¹⁵⁶.

LF - Como começou teu trabalho com o blog?

TD - Comecei o blog em 2003, mas já lia blogs há bastante tempo. Mandava muito e-mails por dia para os meus amigos sobre novidades que encontrava na rede. Eu comecei a lotar a caixa de emails dos amigos, chegou uma hora e resolvi montar um blog, ao invés de lotar a caixa deles. Aliás, foi sugestão de uma pessoa montar o blog. No começo era um diário de navegação com links e pequenos comentários sobre o que encontrava na rede mais ou menos como ainda é o blog Ponto Media do Antonio Granado. Com o tempo, fui fazendo posts maiores, entrevistas, até que surgiu o convite do iG. Passei a receber para atualizar o blog. A partir daí foi um crescendo, tive mais tempo para atualizar e os posts ficaram mais trabalhados, mais conteúdo, comecei a fazer videocasts etc. Mas o blog é o mesmo desde 2003, só mudou a plataforma de conteúdo. Enfim, o blog começou descompromissado e hoje virou coisa séria.

LF – Como tu pensavas inicialmente o funcionamento do blog?

TD – Eu montei o blog no ultimo ano de faculdade com a ideia, no começo, de agregar links, como um diário de navegação mesmo. "Navegação pela rede". Não pensava muito em relação a número de posts, mas ficava mais no foco de mídia e tecnologia, não tanto por uma "linha editorial", mas por que era algo que gostava e ainda gosto de escrever e ler. No começo não usava áudio e vídeo por que a conexão era ruim – discada - e as tecnologias para publicação dessas mídias não era tão boa.

LF - A periodicidade não foi algo "cuidadosamente planejado", no começo, mas passou a ser com o decorrer do tempo?

TD - Não, mas procurava atualizar todo dia, até por que com o tempo os leitores passam a exigir que você atualize o blog. Eu tirei férias do blog recentemente, mas não é comum. Normalmente levo o laptop comigo.

LF - Queria saber um pouco da tua rotina com o blog.

A rotina é bem incerta, os horários são incertos, tenho o costume de ler alguma coisa na manhã e principalmente no final da noite. Mas depende muito do assunto e da época; têm dias que atualizo o blog o dia inteiro, às vezes somente 3 posts por dia. Vai muito do está

¹⁵⁶ Entrevista realizada no dia 27 de janeiro de 2009 via *Google Talk*.

acontecendo, é diferente do jornal impresso que você tem que colocar conteúdo todo dia lá. No blog você pode seguir mais o ritmo dos acontecimentos. Nada acontecendo de interessante = poucas atualizações. Nisso também muda a minha rotina.

LF – Como funciona a apuração?

TD - Não difere muito do tempo que trabalhei com jornal. Mas a diferença é estar mais dentro das tendências, buscar os bastidores. Pego informação de sites e busco agregar coisas que estou lendo por aí e informação em off. Às vezes, alguém adianta alguma coisa que vai ser lançada, algum projeto que está em andamento. Como o blog fala de tendências na área de mídia e tecnologia, busco sempre estar em eventos ligados a área, conversar com pessoas para saber o que está acontecendo e ainda não foi para a imprensa. Tento meio que pegar os bastidores. Essas informações busco sempre apurar - telefonemas, msn, e-mails etc.

LF – E tuas fontes?

TD - Variam bastante. Tem desde um programador de um site tal até o CEO de uma empresa e outros blogueiros. Não difere muito de uma coluna de jornal. No sentido de busca de informações você sempre tem que ter boas fontes.

LF - No caso de fontes na rede, tu costuma referenciá-las através de links?

TD - Sim. Linkar, citar trechos etc. No caso de fontes na rede, você também precisa tomar o cuidado com apuração, ficar bem atento.

LF - Já teve algum caso de informação errada na rede que tu publicou no blog?

TD - Não, mas já omiti sem querer. Deixei de citar algum super importante por exemplo, mais por falta de atenção.

LF - Neste caso, tu fez alguma errata depois?

TD - Sim fiz, sempre faço, é importante essa transparência, percebo que o leitor gosta que se admitam erros. Faço no mesmo post, coloco o subtítulo "atualização" e explico que errei. Às vezes, aviso em outro post: "olha no post tal, a informação estava errada".

LF – Como se dá a redação no teu blog?

TD - Não penso muito antes de publicar, mas procuro não ser opinativo em assuntos que não entendo tanto - não gosto de jornalista que opina sobre tudo. O que eu procuro é usar uma linguagem simples, explicar de forma simples. O blog é muito elogiado por falar de assuntos meio difíceis, tipo API do *NYTimes*, microformats e tal de forma bem simples. Agora a linguagem jornalística existe, mas aí acho que é mais

devido a minha formação. Procuro não fazer muitos posts grandes em sequência. Mas não tenho tamanho, vai do que o assunto pede. Uma preocupação é sempre ter pelo menos uma foto no post deixa o blog mais bonito. Numero de links em cada post não tenho preocupação, mas o parágrafo não pode passar de 3 linhas. Isso é quase regra, pela questão estética e de leitura mesmo.

LF – Quais links costuma utilizar mais?

TD - Uso a Wikipedia (com o devido cuidado) e esse site <http://www.hsw.uol.com.br/>. Ele explica alguns termos de forma simples. Por exemplo, o site do *How Stuff Works* (como tudo funciona) explica o que é *api* <http://informatica.hsw.uol.com.br/conferencia-api1.htm>. Gosto de linkar para sites neste estilo, que explicam as coisas de forma mais didática. Sempre quando cito uma banda ou música, linko para o msypace e o youtube. Mas o que mais linko acho que são jornais, agências de notícias e blogs.

LF – E com relação à estrutura visual do blog? Percebi que tu tirou o *blogroll* recentemente.

TD - É, eu tirei a barra lateral, percebi que quase ninguém clicava nos links ali, ou seja, era meio inútil. Agora tenho mais espaço para o conteúdo, que fica centralizado e posso trabalhar com fotos maiores. Parece um *tumblr*¹⁵⁷. Conversando com outros blogueiros percebo que a barra lateral não é tão usada. *Blogroll* é meio mito, quase ninguém utiliza. Recebo quase zero de visitas vindas de *blogroll*.

LF – Como se dá o teu uso dos recursos multimídias no blog?

TD – Acho bastante viável. Utilizo bastante vídeos. Estou em negociação para começar um videocast no site de uma emissora¹⁵⁸. Estou um pouco parado no uso de vídeos no blog, mas uma época produzia alguns videocasts – <http://www.tiagodoria.ig.com.br/videocasts>. No post sobre o The Hub¹⁵⁹, o vídeo serviu para mostrar como estavam as obras no local e como era o espaço, algo que não conseguiria por meio de texto e não tão

¹⁵⁷ Nota do autor: O *tumblr* (<http://www.tumblr.com>) é uma plataforma de *microblogging* que permite aos seus usuários publicar links, textos, imagens, vídeos. Tem estrutura parecida ao *Twitter*, onde só os “seguidores” podem ter acesso ao conteúdo publicado por cada usuário.

¹⁵⁸ Nota do autor: À época, Tiago estava em negociações com a MTV. A coluna no *Notícias MTV* estreou no dia

¹⁵⁹ Nota do autor: O *post* é esse: <http://www.tiagodoria.ig.com.br/2008/04/09/conheca-o-primeiro-espaco-de-coworking-do-brasil/>

bem com fotos. Acho que complementa bem. Pretendo usar mais ainda, já que gosto de fazê-los.

LF – E com relação a circulação do blog, há uma preocupação específica? tu utilizas de estratégias como comentar em outros blogs, divulgar em comunidades virtuais, listas de e-mails, ou usar de títulos que sejam mais fáceis de serem achados pelos buscadores?

TD – Sim, em relação aos títulos tenha essa preocupação, mas não é algo determinante. Acho que não tenho uma estratégia específica, sempre publico uma mensagem no *twitter* sobre um *post*, o que atrai visitantes, mas acho que isso da circulação é mais espontâneo, mais pessoas vão indicando o blog naturalmente. Isso de divulgar muito em comunidades, listas de emails, fica chato às vezes, você acaba sendo visto como um *spammer*. Acho que se você tem um *post* legal, pertinente a uma discussão numa comunidade, aí vale citar.

LF – O fato de estar hospedagem contribui para o número de acessos no blog?

TD - Sim, mas contribui mais para atrair pessoas que não leem blogs. Aquele público fiel que comenta e entende do assunto geralmente não vem de home de portal e sim de indicação de outra pessoa. Público de Home de portal normalmente é aquele publica que lê o post e vai embora. A Circulação no blog venha muito de citação em outros blogs, citação no post, no meio do texto, *twitter*, pessoas procurando em sites de busca por termos, e, também, o fato dele estar hospedado no iG. Todas estas creio que sejam fontes de tráfego para o blog.

LF – Qual a média dos teus acessos?

TD - Média é 6 mil. Mas os números oficiais estão com o iG, que utiliza um sistema que calcula a média por dia. Por mês estava em 130 mil.

LF - Com relação aos comentários, tu tá retirou pautas de posts através deles?

TD - Sim, várias vezes. O pessoal envia links, sugere um assunto. Nos *posts* mais opinativos costuma surgir debate também.

7.4. Apêndice IV – Entrevista realizada com Mauro Ferreira, editor do *Notas Musicais*¹⁶⁰.

LF – Gostaria de saber como que se deu o começo do teu trabalho com *Notas Musicais*.

MF – Ciente de que a internet se tornou um veículo essencial para quem escreve sobre música, eu fazia uma versão ampliada da coluna de papel (Estúdio, publicada às sextas-feiras no jornal O Dia - saiu hoje, como de praxe). Só que, quando a edição online do jornal passou para o formato *pdf*, eu não tinha mais como fazer adendos online às notas que saíam no jornal. Então a editora Cristina de Luca - então no comando do *Dia online* - me propôs ter um blog. Nem sabia o que era isso, mas o *webmaster* André Falcão me apresentou a ferramenta. Gostei, meu blog (inicialmente intitulado No Estúdio com Mauro Ferreira) surgiu em 2005. Só que eu gostei demais porque vi que dava retorno e atingia uma gama de leitores que nunca tinha lido meus textos no jornal. Só que vi que tava trabalhando de graça para o jornal, e foi aí que resolvi criar o meu próprio blog, *Notas Musicais*, nascido em 1 de novembro de 2006. Paralelamente, mantenho meu blog no jornal (*Estudio online* é o nome atual), mas com textos de tom mais informal e pessoal. O guia jornalístico eu faço no meu blog particular.

LF – Desde o princípio, tua ideia era fazer um blog jornalístico?

MF – Sim, nunca cogitei usar o blog como um diário virtual. Não exponho nada de minha vida pessoal. Mesmo quando escrevo em tom pessoal no blog do jornal é sobre questões musicais. Acho que meu trabalho jornalístico em blog é relativamente pioneiro no Brasil. Mas no exterior é mais comum.

LF – Tu tens o blog do jornal como mais “informal” do que o *Notas Musicais*?

MF – Sim, o blog do jornal tem um tom informal tipo ‘fui ontem ao show de fulano e adorei’. o *Notas*, não, tem textos formais, com citações, sem espaço para o ‘eu’. É assim desde o começo, e olha que já são 3.371 posts em dois anos e dois meses. O que dá trabalho é fazer o texto formal. Faço um texto informal em cinco minutos; o formal exige tempo, apuração rigorosa de dados. Como meu contrato com o jornal

¹⁶⁰ Entrevista realizada no dia 16 de janeiro de 2009 via *Msn Messenger*.

engloba apenas o veículo impresso, acho que, se quero trabalhar a mais, que seja para mim.

LF – O texto para o *Notas* é somente veiculado ali?

MF – Todos os textos do *Notas* têm redação exclusiva. E não uso fotos do jornal, apenas material de divulgação. Eu tenho que ter cuidado não somente por questões éticas, mas pela visibilidade que o blog adquiriu. Sem exagero, todos os jornalistas de música o leem quase diariamente. Assim como parte expressiva de artistas, empresários já fica de olho também no conteúdo. Exemplo da importância que o *Notas* adquiriu: já sou convidado para viajar para cobrir gravações pelo *Notas*, exclusivamente pelo *Notas*.

LF – Como tu organiza a periodicidade no *Notas*?

MF – Por questões de disciplina, me impus postar quatro textos por dia, de domingo a domingo, sem folga, sem férias, sem feriados. Isso funcionou até 31 de outubro de 2008. Quando o blog completou dois anos, me liberei desta prisão. Hoje o blog pode ter seis ou sete *posts* por dia se houver assunto. Em contrapartida, não me obrigo mais a postar quatro notas por dia. Contudo, nunca houve menos do que três *posts* por dia. Sou muito disciplinado; mesmo quando estive em viagens ou doente, nunca deixei de postar quatro *posts* diários, e, depois que me liberei, o número de *post*, a rigor, até aumentou. Quanto ao tamanho, não há restrições; o tamanho da nota varia de acordo com a quantidade de informações. O que adotei de um ano para cá é a hifenização dos textos. Não deixo 'viúvas' nos textos, como você pode ver. Ah, todas as resenhas de cds/dvds/livros sobre música/ shows têm um cabeçalho que identifica que aquele *post* tem teor mais opinativo.

LF – Onde tu escreve as postagens do *Notas*?

MF – Faço sempre da minha casa.

LF – Tu achas que incomodaria a equipe do jornal se fizesses as postagens de lá?

MF – Não acho que incomodaria desde que a coluna impressa estivesse fechada no prazo. Meu trabalho no jornal é muito independente; a coluna tem que estar pronta às 14h de quinta-feira, assim como toda a edição de sexta. Se faço ela na quarta, na quinta de manhã, na segunda, é problema meu. O jornal não interfere na minha rotina, sou colunista contratado como pessoa jurídica, não sou funcionário do jornal. Não faço o blog lá porque isso me atrasaria o trabalho lá. Se estou lá, é para fazer a coluna o mais rápido possível, entende? Detalhe importante: por uma questão ética, tudo que apuro de

exclusivo primeiro publico no jornal e depois, alguns dias depois, no blog, com outra redação.

LF – Como se dá o teu processo de apuração das informações para o *Notas*?

MF – A apuração é a mesma do jornal. A rigor, o notas não dá notas exclusivas. O que sai no notas são coisas que já dei no jornal, notícias de boletim ou notícias publicadas pela imprensa internacional. Exemplo: hoje o U2 revelou as músicas do novo álbum. Todos os sites de notícias de música do mundo estão dando, e eu também. Mas sem obrigação, pois não sou agência de notícias. No que se refere às notícias internacionais, eu procuro muita coisa na rede. Na parte nacional, entram as fontes, as gravadoras etc, e também a rede. Muita coisa importante surge na internet e nem todo jornalista está apto a achar notícia na rede.

LF – Reparei que tu não costuma usar links nas postagens.

MF - Não, não uso quase nunca. Não gosto. O *Notas* tem caráter informativo; não posto links de vídeos, não disponibilizo músicas, vídeos. O blog é bem específico, daí o seu sucesso na minha opinião. A internet é uma galáxia; para um 'planeta' se destacar é preciso que ele seja único, específico.

LF - Outra questão: tu já publicou erratas?

MF - Arrumo o *post*. Não vejo necessidade de errata se a própria ferramenta permite a correção do texto errado. Além do mais, se mantenho o texto errado, alguém pode capturá-lo numa pesquisa no google e ler a informação errada, por isso eu elimino o erro.

LF – Como se dá tua redação no blog?

MF- A linguagem é a mesma que uso para escrever no jornal ou na revista (também trabalho na *IstoÉ Gente* como crítico de música, em regime de free-lancer). Poucos blogs seguem essa linha mais jornalística e informativa porque dá trabalho.

LF - Tu tens uma preocupação específica com a circulação? Ou seja, usa de estratégias como comentar em outros blogs, divulgar em comunidades virtuais, listas de e-mails ou se valer de títulos que sejam mais fáceis de serem achados pelos buscadores, etc?

MF - Sim. Não comento em outros blogs e nem divulgo em comunidades virtuais, mas tenho uma *newsletter* (com nomes significativos da indústria fonográfica) e sempre procuro pôr o nome do cd e do artista no título pois isso me põe em destaque na lista do *Google*.

Já houve uma vez que digitei Ney Matogrosso e camaleão e o meu blog foi o primeiro da primeira lista.

LF - A criação da *newsletter* veio logo da criação do blog?

MF - Sim, já existia no blog do jornal. Quando criei o meu, foi só mudar o link.

LF - quantas pessoas fazer parte da lista?

MF - De 200 a 500 por dia. Mas as listas são diferentes, cada dia da semana é para um público específico.

LF - Tu tem controle da média de acessos diários ou mensais no blog?

MF - Sim, estou cadastrado num site que mede os acessos diários. Varia de 2000 a 2500 usuários únicos por dia. Usuários, não acessos. Para o mercado, aumento os números, como todo mundo faz.

LF - Com relação ao teu *layout*; tu escolheu um dos disponibilizados pelo *Blogger* e não fez nenhuma alteração, não?

MF - É, escolhi um dos modelos oferecidos pelo servidor mesmo. E o meu é dos mais cleans, sem nenhum atrativo. Fiz isso de propósito; não quis que nada disputasse a atenção com as fotos e os textos.

LF - Para encerrar, queria saber de tua impressão geral sobre fazer um blog jornalístico.

MF - Na realidade, jornalismo é jornalismo em qualquer veículo. Eu faço no blog porque, como já disse, o futuro da música e do mercado fonográfico (minha especialidade) passa necessariamente pela internet - e, como já sentenciou Jagger, *time waits for noone*. Não quis perder o bonde da história, só isso. Aliás, resistir a baixar discos para criticar, mas vi que, se não fizesse isso, ficaria para trás. O blog está mais quente em 2009, o formato é bacana. Uma coisa: não dialogo com meus leitores. Como eles são realmente muitos, não ia fazer outra coisa na vida se respondesse as perguntas que me fazem.

LF - Tu não chegas a ler os comentários?

MF - Leio todos porque tenho que aprová-los antes (e recuso mais da metade pelo teor agressivo dos textos). Mas leio apenas, não interajo com eles.

LF - Nunca tirou alguma pauta deles, por exemplo.

MF - Sim, claro. Muita gente importante do meio me lê e manda informações anonimamente. Já dei muito furo que chegou via comentário. Neste caso, eu recuso o comentário, checo a informação e, se for verdadeira, publico.

LF - Reparei que tu costuma republicar o texto do *post* na parte dos comentários.

MF - Sim, para garantir que aquele texto foi escrito por mim em tal dia e horário. Não se pode manipular data dos comentários, mas dos *posts*, sim. Posso escrever um texto agora e publicar com a data de ontem. Isso eu acho errado no *Blogger*.

LF – É uma prática que eu nao conhecia ninguém que fazia.

MF - Trabalho com informação. Vamos que eu dê um furo no blog e alguém do Blogspot [sic] copie a informação; o texto publicado no comentário indica que a primazia é minha. Tem muita disputa no meio. Sei que pode parecer viagem minha, mas o fato é que sites importantes como o *globo online* ficam atentos ao que eu publico.

LF – Entendo. Tu falou no questionário que o blog não tem participação nenhuma no teu salário como jornalista.

MF - Sim, o blog não me dá renda. Não vejo como ganhar. Já teve portal que me propôs uma grana para ter o direito de republicar o conteúdo, mas era tão irrisório que recusei.

7.5. Apêndice V – Entrevista realizada com Marco Aurélio Weissheimer, editor do *RS Urgente*¹⁶¹.

LF – Queria que tu comesse contando como surgiu o blog.

MAW - Comecei o blog no dia 24 de setembro de 2005 com a meta de criar um espaço de contraponto à chamada grande mídia aqui no RS, onde a RBS exerce um grande domínio. Obviamente, esse contraponto começou como um trabalho de formiguinha (e ainda é, em certo sentido), mas hoje está fortalecido pela teia de relações que se construiu com outros blogs.

LF - Inicialmente, como tu pensava o blog em questão de periodicidade?

MAW - Inicialmente a marca foi o improviso. Não tinha um padrão pré-definido. Aos poucos, fui procurando desenvolver um estilo mais irreverente especialmente no uso de imagens. Mas creio que demorou cerca de um ano para o blog ter, digamos, uma cara própria. A periodicidade também dependia do dia, mas dificilmente deixei de fazer atualizações diárias, com exceção de períodos de férias. Parte da ideia de criar o blog foi poder ter um espaço para escrever e publicar textos que não cabiam na *Agência Carta Maior*¹⁶², especialmente no que diz respeito à política gaúcha, um acompanhamento mais cotidiano e diário da política estadual. A carta maior nunca teve estrutura para fazer isso nos principais estados; ficaria muito esquisito ter uma cobertura diária e detalhada da política gaúcha e não ter da política de SP, do RJ e de MG, para citar apenas três exemplos.

LF – O que não cabe na *Carta Maior* e cabe no blog?

MAW – O blog, por natureza, é um espaço com maior espaço para opinião e uma linguagem mais irreverente, diferente daquela empregada na Carta Maior. Embora a agência também assuma linha editorial que rejeita as ideias de neutralidade e isenção no jornalismo, por se tratar de um veículo de alcance nacional e mesmo internacional, fica difícil (para não dizer impossível) usar a mesma linguagem no blog e na Carta Maior. Uma cobertura diária da política de um Estado desenvolve uma familiaridade de temas e personagens que precisariam sempre ser explicados e repetidos em um veículo que tem leitores em todos os estados do país. Isso inviabilizaria, por exemplo, tópicos

¹⁶¹ Entrevista realizada no dia 5 de abril de 2009 via *Msn Messenger*.

¹⁶² Marco Aurélio trabalha na Agência Carta Maior (<http://www.cartamaior.com.br/>) desde sua criação, em 2001.

rápidos sobre assuntos do dia, pois sempre seria preciso reconstruir o cenário e identificar personagens para os novos leitores de outras regiões.

LF – Como se dá a apuração das informações para o blog?

MAW - Tem uma lista de sites e blogs que percorro diariamente. Por exemplo, os sites da prefeitura de Porto Alegre, do governo do Estado, da Assembleia, do Ministério Público Estadual e Federal, da Justiça Federal e do Tribunal de Justiça. Desenvolveu-se ao longo dos últimos anos, de modo mais ou menos espontâneo, uma rede de contatos e trocas de informações diárias entre blogs parceiros. Também há uma relação de complementariedade do blog com a a Carta Maior; utilizo informações no blog que recebo via Carta maior e vice-versa. Um trabalho realimenta o outro.

LF – Como se dá o funcionamento dessa rede de blogs?

MAW - Ela foi se criando ao longo do tempo e só vem crescendo. Além das relações entre blogs, recebo muitas informações e sugestões de pautas, links, etc, de leitores. Esse é um dado interessante. É uma alimentação diária que recebo via emails e telefonemas. Nem tudo obviamente vira texto. Recebo muitas denúncias que não são publicadas pois não é possível apurar. Ainda não ocorre apuração conjunta; o que há são algumas blogagens coletivas em torno de determinados temas. Mas mesmo isso ainda é rarefeito, não é uma prática regular.

LF - Tu consideras que exista uma apuração diferente para o blog do que para outros formatos?

MAW - Não tenho uma tese geral sobre isso. Acho que depende do blog também. Uma diferença que considero muito importante, e que persigo, é fazer conexões entre assuntos que normalmente são tratados separadamente. E trabalhar muito com o resgate da memória também. Sempre procurando lembrar o que os personagens fizeram ou disseram no passado. Essas duas coisas, evitar a fragmentação e cultivar a memória, são duas práticas muito raras na imprensa aqui do RS.

LF – Tuas fontes são diferentes na *Carta Maior* e no *RS Urgente*?

MAW – Sim, até porque meu trabalho hoje na Carta Maior é muito mais de editor. Trabalho com uma diversidade de temas muito maiores e o principal trabalho na agência é editar e selecionar textos de outros e organizar a página diariamente. No blog procuro privilegiar o Estado, embora nem sempre me limite à esfera estadual.

LF - Qual o tipo de tratamento do blog por parte das fontes oficiais do governo, por exemplo?

MAW - O tratamento é sempre mais ou menos o mesmo: procurar submeter as fontes oficiais à realidade. Vou dar um exemplo. Na última sexta, a página do governo do Estado destacava que governadora tinha viajado ao porto de Rio Grande para inaugurar uma série de obras. Foi feito um grande estardalhaço com isso. Na verdade, ela inaugurou a reforma de um guindaste no porto e a reforma de um armazém, que são obras de manutenção cotidiana e não resultado de investimentos propriamente. Mas o trabalho principal mesmo é tentar furar a blindagem dos veículos da chamada grande mídia, que são extremamente oficialistas e recebem grandes verbas de publicidade.

LF - Tu costumas citar (quando elas estão na rede) as fontes que tu utilizas através de links?

MAW - Procuro citar sempre colocando o link quando possível. A identificação dos links é fundamental, não só do ponto de vista da honestidade em relação às fontes de informação, quanto para a ampliação da rede de informação e relacionamento que vai se construindo.

LF - Com relação à redação. Noto que tu costumas fazer principalmente textos opinativos nas postagens.

MAW - Sem dúvida, embora cada vez mais eu procure opinar sem opinar. Explicando melhor: acho que o melhor texto opinativo é aquele que exhibe o maior número de facetas da realidade, que mostra coisas que estão acontecendo e que não estão sendo divulgadas. Neste sentido, mostrar, muitas vezes, é muito mais rico do que ficar desfilando discursos e adjetivos. Um modelo para mim é o jornalismo praticado por Robert Fisk, por exemplo. Obviamente estou há léguas de distância dele, mas é uma fonte de inspiração. Outras são os textos jornalísticos de Gabriel García Márquez, de Chomsky e os que a canadense Naomi Klein escreve atualmente.

LF - Uma curiosidade: tu escreve as postagens já no espaço de publicação do blog ou em algum editor de texto?

MAW - Numa primeira etapa escrevo no word, depois copio e colo no espaço do blog. Mas aí normalmente faço alguma mudança, acréscimo ou supressão quando estou editando no próprio espaço do blog.

LF - Acontece uma edição nos *posts*?

MAW – Sim. Normalmente o tempo entre a escrita e a publicação é curto; se vou escrever algo é porque já considero pronto para publicar. Aqui creio que cabe observar que há pelo menos dois tipos de texto: um mais rápido, de acompanhamento diário de certos fatos, e outro que procurar fazer uma análise de acontecimentos de vários dias.

LF - Queria saber se há uma preocupação constante em seguir a linguagem jornalística nos *posts*?

MAW - Não tenho uma preocupação constante em seguir esta ou aquela linguagem; minha preocupação é conseguir escrever de modo claro, simples, sem muitos adornos. Esse é o tipo de linguagem que persigo.

LF- Com relação à circulação: tu tens uma preocupação específica com a circulação? Ou seja, usa de estratégias como comentar em outros blogs, divulgar em comunidades virtuais, listas de e-mails ou usar de títulos que sejam mais fáceis de serem achados pelos buscadores?

MAW - Não me preocupo com isso. Raramente comento em outros blogs, por absoluta falta de tempo. Não uso listas de emails. O que procuro fazer é sempre publicar textos de outros blogs e criei um espaço de últimas notícias na blogosfera, selecionando alguns blogs de minha preferência. A minha audiência sempre foi crescendo meio que de "boca em boca", sem estratégia de divulgação. Gosto que seja assim; o blog, para mim, é um espaço de trabalho e criação. Quanto aos títulos, já tive essa preocupação, mas a abandonei. Valorizo mais algum conceito que julgo importante destacar no título do que as preferências dos buscadores.

LF - Qual a média de acessos diários no blog?

MAW - Ele tem uma média de 4 mil acessos diários (IPs fixos) e algo entre 5-6 mil de *pages views* diárias. Essa média varia de acordo com a quantidade diária de atualizações e também com a evolução da conjuntura. O ápice que tive foi durante a CPI do Detran aqui na Assembleia, quando a visitação diária passava dos 6 mil IPs fixos.

LF – Com relação aos comentários, tu costuma filtrá-los?

MAW – Sim, os comentários são moderados. A quantidade de baixaria, xingamentos, é grande. Procuro responder sempre que sou questionado diretamente sobre algum assunto.

LF - Teve algum problema judicial já com o blog?

MAW - Não. Tenho procurado ser muito cuidadoso em relação a isso, não deixar brecha para algum processo. O problema maior nesta área são os comentários; difícil é convencer os comentadores de que o comentário foi reprovado para evitar algum problema judicial.

LF – Para finalizar, queria saber de tua impressão geral sobre fazer um blog jornalístico.

MAW - Acho que o desafio principal é oferecer informação de melhor qualidade. Vou dar um exemplo: aqui no RS há uma grande polêmica sobre a relação entre as empresas de celulose, como a Aracruz, e os grandes meios de comunicação. O volume de recursos usado por essas empresas em publicidade é enorme. Os blogs ficam denunciando essa relação promíscua, mas ainda não conseguiram produzir a informação sobre qual é o valor desses recursos e qual veículo recebe o que. Obviamente é uma informação difícil de obter, mas creio que esse é o caminho a perseguir: abrir essas caixas pretas da grande mídia faria um grande bem à democracia brasileira. Mas para chegarmos aí, nós, blogueiros, temos que melhorar muito ainda. Pode ser paradoxal, mas eu diria: mais informação, menos opinião, para termos uma opinião mais qualificada. Não sei se dá pra entender...

LF – Entendo sim.

MAW - É fundamental ter boas fontes, mesmo que sejam poucas.

7.6. Apêndice VI - Entrevista realizada com Juca Kfoury, editor do *Blog do Juca*¹⁶³.

LF - Como começou o teu trabalho com o blog? De quem foi a iniciativa de criar ele e como se deu o processo de criação?

JK - Começou por proposta do UOL, com o que se viabilizou a volta de minha coluna à *Folha de S. Paulo*. A criação foi absolutamente espontânea. O blog foi ganhando sua cara meio ao ser feito.

LF - Como é a sua rotina de trabalho para o Blog do Juca? Existe uma preocupação tua com a periodicidade, tipo de postagens, estilo/tamanho do texto, uso de fotos/vídeos/áudios ?

JK - A rotina é a de sentar diante do computador e ir fazendo. Não me preocupo com nada e me preocupo com tudo, sem padrões.

LF - Como é a sua apuração para o blog? Você acredita que exista alguma diferença para os outros meios no qual você trabalha?

JK - Igual à apuração para o jornal, rádio, revista ou TV.

LF - Você apontaria alguma diferença com relação ao texto no teu blog para o de outros meios que você trabalha? Há uma preocupação em seguir uma "linguagem jornalística" na redação ou você se considera mais livre no texto para o blog?

JK - Sim, me preocupo em ser mais direto e curto no blog.

LF - Quais são os seus critérios de noticiabilidade no blog? São diferentes dos de outros meios onde trabalha ou trabalhou?

JK - No mais das vezes, não. Mas eu não daria no jornal, por exemplo, que o Ronaldo quebrou a tradição do restaurante do Paulistano ao entrar nele de bermudas. No blog eu dei e ainda fez sucesso...

LF - Há algum tipo de filtragem dos comentários no blog? Em caso afirmativo, quem faz e como é feita?

JK - Claro. Se não, vira selva. Eu mesmo faço porque o pessoal do UOL que fazia era muito liberal.

LF - Você tem um controle do número de acessos diário/mensal do blog? Qual é a média de acessos por mês?

JK - Tem um relógio no próprio blog. Em 41 meses que o blog está no ar o número de visitas é de 47 milhões.

LF De que maneira você é remunerado pelo trabalho no blog?

JK - Pelo UOL, por contrato.

¹⁶³ Entrevista realizada no dia 2 de março de 2009, via e-mail (após várias tentativas desencorajadas de contato por telefone).

LF - Existe uma preocupação sua com a circulação do blog na rede? Você usa de estratégias como comentar em outros blogs, divulgar em comunidades virtuais, usar de títulos que sejam mais fáceis de serem achados pelos buscadores?

JK - Nem pensar!

LF - Como você acredita que se dê a circulação do Blog do Juca na rede?

JK - É um dos mistérios da minha vida. Tirante a óbvia força do UOL, eu não entendo por que ele é tão bem sucedido.

LF - Você já utilizou erratas no blog? Como você costuma proceder quando posta alguma informação errada ou desatualizada no blog?

JK - Diversas vezes. Corrijo e anuncio que corriji. Corrijo e me desculpo. Basta digitar "Errei" na área de pesquisa do blog para constatar.

LF - Você acredita que haja alguma mudança nos padrões éticos do jornalismo que faz no blog em relação à outros meios? As máximas de precisão e exatidão do jornalismo podem ceder espaço à questão da transparência do processo informativo que a blogosfera possibilita?

JK - A ética não muda, é a do carpinteiro, como já ensinou Cláudio Abramo.

LF - O fato de a blogosfera (e a própria web) ser uma ferramenta mais democrática (e de mais fácil acesso por parte do público) do que a televisão e o jornal impresso faz com que você tenha uma preocupação maior com a veracidade das informações publicadas?

JK - De jeito algum. A preocupação é a mesma.

LF - Você já teve problema judicial no blog?

JK - Sim, causado pelos mesmos personagens que acionam pelo que se publica no jornal, se fala na rádio ou na TV.

LF - Por ser uma tecnologia que estimula a personalização, você acredita que o blog possa vir a valorizar mais o jornalista do que a notícia, se isso já não acontece?

JK - Nada estimula mais a personalização que TV e rádio. O que se valoriza, ou desvaloriza, depende apenas da credibilidade do jornalista.

7.7. Apêndice VII – Entrevista realizada com Carlos Eduardo Santos, um dos quatro editores do *PE Body County*¹⁶⁴.

LF - Para começar, queria saber como que se deu a ideia de fazer o blog.

CES – Nós quatro já fazíamos algo parecido no jornal em que trabalhávamos, o *Jornal do Comércio*¹⁶⁵. Quando estávamos de plantão no fim de semana, a gente contava os mortos e dava a relação no jornal da segunda. Aí em 2006 surgiu o “fenômeno blog”, digamos assim, aqui em Pernambuco com as eleições. Já pensávamos em fazer algo fora do jornal para debater segurança pública, mas não sabíamos o que. Daí surgiu a ideia de fazer um blog. Aperfeiçoamos o que o *Iraq Body count* e o *Rio Bodycount* faziam e surgiu o PEBC em 1º de maio de 2007.

LF - Quando surgiu o blog, vocês chegaram a pensar, antes de criá-lo, em como ele seria, editorialmente e com relação à periodicidade dos *posts*, padronização, etc.

CES - Sim, a gente teve algumas reuniões para definir o projeto editorial e como faríamos a contagem dos mortos. Inicialmente pensamos em uma periodicidade fixa, mas a gente achava achava que era uma coisa e terminou sendo outra. Fomos nos adaptando ao processo, já que nenhum de nós nunca havia trabalhando com conteúdo de internet.

LF - Que coisa era essa que vocês achavam?

CES – Sei lá... inicialmente nós nos dividimos: dois fariam notícias regionais e outros dois notícias internacionais e nacionais, mas sempre trazendo para a questão de Pernambuco. Mas a demanda foi outra e a questão da contagem terminou ocupando muito tempo nosso. Terminamos nos deixando mais livres para postar

LF – O contador¹⁶⁶ que vocês tem na rua surgiu junto do blog?

CES - Não, veio depois. Tínhamos a ideia desde o início, mas só conseguimos colocar em prática bem depois. Além do contador na

¹⁶⁴ Entrevista realizada no dia 15 de janeiro de 2009 via *Google Talk*.

¹⁶⁵ Nota do autor: o *Jornal do Comércio* tem sede em Recife, pernambuco. Carlos era repórter; outros três editores do *PE Body County*, João Valadares e Eduardo Machado e Rodrigo Carvalho também trabalhavam no mesmo jornal à época.

¹⁶⁶ Nota do autor: No blog, há um contador de homicídios em Pernambuco permanente, que faz o cálculo tanto do ano quanto do mês e da semana. Este mesmo contador está também em uma esquina da cidade de Recife.

rua também tivemos outros projetos, como o *Marcas da Violência*¹⁶⁷ além de promover debates sobre segurança pública.

LF – Como se deu a escolha do blog?

CES - Escolhemos porque a idéia desde o início sempre foi abrir um canal de discussão, chamar a população para conversar sobre segurança pública, já que o artigo 144 da Constituição diz que a "segurança pública é dever do Estado, mas responsabilidade de todos" e com o blog esse *feedback* com o internauta é maior. Os projetos, como o Marcas da Violência, debates em faculdades e o contador externo são para alcançar quem não tem internet. Fizemos também um outro projeto, o "Não Matarás" em que durante um mês, em mais de 50 paróquias da região metropolitana, os padres liam os nomes dos mortos da semana no Estado antes da missa. O projeto também teve uma grande repercussão.

LF- Como estruturaram o blog?

CES - De início era baseado na plataforma *Wordpress*, contratamos uma pessoa pra fazer. Mas só funcionava 30% do que funciona hoje. Até que resolvemos colocar o projeto de baixo do braço e ir na melhor empresa de tecnologia do Estado, a *Fishy*. Eles acreditaram na proposta e hoje fazem o serviço de graça, fora que tudo funciona muito bem. Eles criaram um sistema em que cadastramos o nome da vítima e quando damos um OK, o relógio [*dos homicídios*] roda. O design foi feito por uma amiga nossa aqui do jornal, Andréa Aguiar, que faz todas as nossas marcas e também não cobra nada por isso.

LF – Como funciona a rotina de vocês para com o blog?

CES - É uma loucura. Postamos de casa ou daqui do jornal mesmo. Como temos acesso a algumas informações por causa do jornal, surgiu a dúvida: vamos dar furo na gente mesmo? Procuramos repassar a informação à chefia e depois colocar no blog. Ou caso a chefia não queira, colocamos no blog. Mas sempre com uma visão mais crítica. A contagem dos corpos é feita por um quinto jornalista, que entrou depois. Ele é o único que recebe dinheiro no blog. Conta os mortos de segunda a sexta e a gente se reveza nos fins de semana.

LF - Os teus chefes conhecem o blog, sabem que vocês, às vezes, utilizam material do jornal nele?

¹⁶⁷ Nota do autor: O Marcas da Violência foi um projeto desenvolvido pelos quatro editores do blog que consistia em marcar na rua a silhueta de um corpo vermelho com a palavra "basta" em todos os locais de homicídios da capital pernambucana. O projeto também resultou em um documentário, que está disponível no blog e também no Youtube.

CES - Sim. Antes de colocarmos o blog no ar, avisamos a todos os chefes, inclusive o diretor de redação. Inicialmente eles achavam que iríamos ser vinculados ao jornal, mas não queríamos isso. A gente queria maior liberdade para escrever. Terminamos virando fonte, as rádios e TVs locais usam muito nossos números. Confesso que a gente sofre de um outro problema jornalístico: vaidade. Os diretores do jornal adoram nosso trabalho, mas nossos chefes diretos se sentem ameaçados por nós, já que a repercussão do blog nacionalmente foi muito grande, já que ganhamos prêmios, saímos no *Fantástico*, *Profissão Repórter*. Mas nunca fizemos esse blog para aparecer, mas para levar o problema da violência em PE para todo o Brasil. A imprensa nacional só fala da violência no RJ, mas PE é mais violento, se mata mais gente e não temos o problema do tráfico de drogas. Com isso terminamos enfrentando problemas dentro do jornal pela vaidade de algumas pessoas que não enxergam que a questão da violência é muito maior que tudo isso.

LF - Tu falaste que tinha um dos jornalista da equipe que recebia. Não é um de vocês quatro? No expediente tem a foto e o perfil dos quatro, mais uma parte dizendo equipe. Vocês é que pagam pra ele ou tem algum patrocínio?

CES - Pagamos para ele através de um patrocínio da Associação do Ministério Público. Não tem o perfil dele, chama-se Diogo Menezes. Recebemos R\$ 1,5 mil, pagamos 700 a ele. No entanto, estamos dando o cheque direto pra ele, pois passamos 5 meses sem essa ajuda, então estamos devendo dois meses ainda a ele.

LF - Vocês têm mais algum outro patrocínio?

CES - Desde o início esse é um grande problema. Como o assunto é muito delicado, pois nunca aceitaríamos o patrocínio de uma empresa de segurança por exemplo. Então já tivemos patrocínio de uma ONG e da associação. Recentemente fizemos uma parceria com uma faculdade particular para viabilizar o contador externo: cedemos os dados e atualizamos e eles pagaram a estrutura e mantém o relógio.

LF - Queria saber se existe alguma diferença na apuração de vocês para o blog e para o jornal.

CES - Não muito. As fontes são praticamente as mesmas. Mas vamos atrás de uma abordagem mais crítica.

LF - E com relação aos textos do blog, vocês procuram se manter dentro de uma "linguagem jornalística"? Há uma preocupação de

ser informativo numa postagem, opinativo no outro, e não misturar opinião com informação?

CES - Exato, mas muitas coisas que colocamos no blog nunca sairiam no jornal. A linguagem jornalística é uma característica do blog sim, mas os textos são mais opinativos e sempre deixamos claros para o internauta que é uma opinião do blog.

LF - Quais coisas, por exemplo, nunca sairiam no jornal?

CES - Bastidores de uma conversa com o governador, a reclamação de um delegado sobre a estrutura de uma delegacia, uma foto de um rapaz que tem uma tatuagem de uma arma na cintura... lógico, nesse caso, com uma abordagem sobre a estética da violência.

LF - Por que vocês publicam estas coisas no blog e no jornal não?

CES - Muitas coisas o jornal não se interessa, às vezes nem perguntamos, já colocamos no blog porque sabemos que o jornal não publicaria. Até fazemos uma análise mais crítica de alguma situação vivida durante uma pauta do jornal. Acho que o jornal tenta ser mais imparcial. No blog somos parciais, cada post poderia ser comparado a um artigo ou um editorial de um jornal.

LF - Vocês já publicaram alguma informação que depois se revelou errada?

CES - Não. A única errata que fizemos foi ter publicado o nome de uma vítima duas vezes, mas informamos aos internautas em um post intitulado "Erramos". Como um *post*; corrigimos o erro e colocamos um outro post explicando a correção.

LF - Queria saber com relação aos "critérios de noticiabilidade" do blog. Eles diferem do jornal?

CES - Não diferem muito, mas o que não ganha "fôlego" no jornal por falta de espaço, jogamos no blog, por exemplo.

LF - Vocês já seguraram alguma coisa pra publicar no blog? ou, então, deixaram de dar porque saiu no jornal?

CES - Não. Ao contrário, pegamos matérias do jornal, como de outros jornais locais, e colocamos no blog.

LF - Tem por costume usar recursos multimídias nos posts?

CES - Na grande maioria dos post usamos fotos. Vídeos e áudios são mais raros.

LF - Há uma preocupação específica com a circulação? Ou seja, vocês usam de estratégias como comentar em outros blogs, divulgar em

comunidades virtuais, listas de emails, usar de títulos que sejam mais fáceis de serem achados pelos buscadores, etc?

CES - Sim, disponibilizamos a marca do blog para ser colocado em outros blogs e sites, temos uma comunidade no Orkut, fora que já colocamos uma propaganda na TV quando ganhamos o Prêmio Vladimir Herzog de Jornalismo. Tem lá no blog a propaganda. Conseguimos tudo na amizade, minha irmã fez a peça publicitária, conseguimos a produtora de uma amiga dela e as pessoas que aparecem são amigos e familiares nossos.

LF – Ganham o prêmio por qual reportagem?

CES - Ganhamos o prêmio pelo projeto como um todo. Lá em SP, quando fomos receber o prêmio, descobrimos que pela primeira vez na história um blog tinha ganhado o Prêmio Vladimir Herzog de Jornalismo na categoria internet. Ganhamos também o Prêmio Tim Lopes de Jornalismo categoria internet/nacional, quando concorremos com reportagens da Globo, e ficamos na final do *Nuevo Periodismo*, prêmio bancado pelo instituto de Gabriel García Marquez. Todos esses prêmios aumentaram os nossos acessos sim; quando saímos no *Fantástico* e *Profissão Repórter* os acessos aumentaram ainda mais.

LF – Qual a média de acessos de vocês?

CES - 2 mil diários. No início de 2008, época em que aparecemos nos programas da Globo, nossos acesso foi a 5 mil diários.

LF - Tu acha que há uma diferença ética do blog para outros formatos?

CES – Não vejo diferença. Acho que muda o formato, mas a ética é a mesma. Talvez mude apenas algumas coisas como o que você mencionou em relação a colocar outro post quando der alguma informação.

LF- Para finalizar, queria saber de tua impressão geral sobre fazer um blog jornalístico.

CES – A experiência de ter o contato com o leitor (internauta) é impagável. O *feedback* é importantíssimo para a construção de novos textos. O que falta eu acho é essa história de que qualquer pessoa pode fazer um blog, então ninguém sabe quem faz algo sério ou não, onde tem jornalismo ou não. Seria interessante se criar uma associação, sei lá, de blogs jornalísticos, culturais, pessoais, algo do tipo.

7.8. Apêndice VIII - Entrevista realizada com Marcos Palacios, editor do *Blog do Gjol*¹⁶⁸.

LF - Como o *Blog do Gjol* começou? Com que função ele começou?

MP - Ele começou com a função da gente circular, de maneira mais ampla – para um público mais amplo, potencialmente mais amplo – informações que antes circulavam só no âmbito do grupo através da lista. Na verdade, o blog foi um desdobramento da lista, uma ampliação de um público alvo. Nós tínhamos a lista do Gjol, participavam da lista as pessoas que participavam do grupo, e na lista nós circulávamos informações, comentários, basicamente – informações sobre sites, softwares, coisas que podiam interessar o pessoal do grupo, e comentários sobre material jornalístico de uma maneira geral, especialmente de jornalismo on-line. Nós achamos que em um determinado momento estava tendo um trânsito bastante grande na lista de mensagens que podiam interessar um público maior que aquele da lista, e resolvemos então criar o blog.

LF - Quando vocês criaram o blog tinham uma ideia de periodicidade definida?

MP - Não, o blog foi criado com a ideia de circular por ali, de circular aquela informação que pudesse ter interesse para mais gente além dos integrantes do grupo. Foi criado como um blog coletivo desde o início, sem nenhuma restrição de quem poderia postar; postava quem fosse integrante do Gjol.

LF - Você exerce uma função de editor do blog?

MP - Desde o início do blog eu funcionei como uma espécie de editor, mas as postagens não tem moderação, são feitas diretas. O que eu faço é basicamente duas coisas: erros de ortografia, alguma coisa que tenha passado, eu vou lá e corrijo, sem avisar nada – uma palavra que falta uma letra, uma ilustração que tenha sido colocada grande demais, coisa desse tipo. Uma outra função de edição que eu exerço ali é se algum integrante está tendo algum problema recorrente, como por exemplo alguma pessoa que esteja usando uma linguagem muito informal, que está destoando do grupo, eu não censurei, mas mandei um e-mail avisando “ó, sua linguagem está informal de mais, dá uma ajustada aí pra ficar mais próximo do estilo das outras postagens”.

¹⁶⁸ Entrevista realizada pessoalmente no dia 28 de abril de 2009, na sala do professor Marcos Palacios na Facom da UFBA.

LF – Vocês estabelecem uma programação de postagens?

MP – Não, houve algumas propostas no sentido de que nós deveríamos fazer uma programação das postagens, mas isso acabou não acontecendo.

LF – Como se dá a apuração das informações no blog? Há uma relação de apuração jornalística para as postagens?

MP – O processo continua sendo o mesmo que havia antes da criação do blog, na lista de e-mails. O que acontece é que todas as pessoas do grupo tem seus agregadores de blogs e este acompanhamento da blogosfera serve como uma fonte muito forte na produção de postagens. Além disso, ainda existe a navegação aleatória, de encontrar informações interessantes navegando, e também as informações de outras redes como o *Orkut* e o *Twitter*. Especialmente o twitter, por ser uma rede muito ágil, tem funcionado muito como fonte: fulano deu tal dica de tal site em sua conta no Twitter ou deu dica de tal artigo para se ler em tal revista. Outra fonte naturalmente são os jornais da grande imprensa, nacionais e internacionais. E há também a pesquisa de cada um, os assuntos que cada um acompanha para a sua pesquisa acadêmica pessoal. Eu, como a maioria dos pesquisadores, assino alerta de revistas acadêmicas, e na medida que estas revistas vão tendo números novos eu recebo o alerta dos artigos que estão lá. Se tem algum artigo particularmente interessante, eu dou uma olhada e já chamo para o blog - “na revista *Journalist* saiu um artigo interessante sobre participação na internet”, por exemplo.

LF – E entrevistar fontes por e-mail ou outra forma vocês não costumam fazer?

MP – Como procedimento usual não. Pode acontecer eventualmente, mas não é uma rotina de produção. A rotina de produção do blog é um escoadouro daquele material que vamos tendo acesso, fundamentalmente através da rede, seja através da mídia tradicional da blogosfera, ou das nossas navegações pessoais e acadêmicas. O blog é mais um espaço de reprodução daquilo que estamos acompanhando na internet.

LF – Como funcionam os critérios de noticiabilidade no Blog do Gjol?

MP – Há uma liberdade muito grande. Quando criamos o blog, nós pensamos se ele poderia ser destinado especialmente voltado para notícias sobre o jornalismo na internet ou se ia ser algo mais amplo. Depois, acabou sendo votado que o blog viria a ser sobre jornalismo e

internet, e não jornalismo na internet. Na prática, a definição que emerge é de que é um blog voltado para falar sobre o jornalismo que se faz na web, fazer um certo jornalismo na internet através do blog com foco na internet. Mas também não é preso à isso; há informações no campo da cibercultura e elementos da cultura da internet.

LF – Há postagens que remetem a assuntos não relacionados diretamente à internet?

MP – Acontece mais raramente. Ninguém vai postar sobre um assunto como dietas vegetarianas, por exemplo, um assunto totalmente *off-topic*. É a mesma regra que funcionaria numa lista de discussão, afinal de contas o blog derivou de uma lista de discussões.

LF – Tu tinha falado em fazer um “certo” jornalismo na internet. Como que isso funciona na prática?

MP – É no sentido de que você faz um monitoramento da mídia, um meta-jornalismo. Isso se manifesta em situações como quando você aponta erros da mídia tradicional, seja em que formato for. Quando nós damos a notícia de que foi criada uma biblioteca online de material publicitário, por exemplo, nós estamos noticiando a criação de um novo site de interesse à pessoas ligadas a comunicação. Noticiamos esse tipo de informação de caráter de atualidade que pode ser considerada uma informação jornalística. Mas eu acho difícil identificar num blog desse tipo o que é jornalístico e o que não é jornalístico. Se voltamos à raiz do blog, voltamos também a ideia da lista de discussão pré-existente, onde algumas informações eram jornalísticas - com atualidade, interesse público, etc - e outras eram informações mais acadêmicas. Quando eu circulo uma informação de que saiu um artigo de fulano de tal numa revista tal para alguém que está estudando jornalismo on-line, isso é uma informação de interesse acadêmico. Essa linha é uma linha muito complicado de traçar: num momento que eu tenho um blog que fala de cibercultura, que está direcionado a um público que está interessado em cibercultura, jornalismo na internet, etc, e eu remeto a leitura de um artigo acadêmico que está numa revista acadêmica mas que diz respeito a internet, a jornalismo, etc, será que eu também não estou fazendo um tipo de jornalismo especializado? É um tipo de jornalismo de divulgação científica. É difícil definir o que é uma postagem jornalística e o que não é. Nós também não pensamos nisso na hora de postar; não cobrimos tudo que sai sobre jornalismo on-line no Brasil, não é nossa intenção.

LF – O Blog do Gjol é, então, uma publicação que *também* faz jornalismo?

MP – Isso. Também faz jornalismo. No caso, o blog não é uma plataforma onde nós no sentimos limitado por uma deontologia jornalística absoluta, do tipo “não, isso não pode porque fere princípios da deontologia, isso não pode porque não se enquadra nos critérios de noticiabilidade”. Não há um enquadramento do tipo de atividade que fazemos no blog como uma atividade jornalística *strictu sensu*. O blog do Gjol não é um blog jornalístico definido como um jornal, com os princípios de um jornal. É um blog concebido de uma maneira muito mais solta, ampla, livre. Também aí entra a questão do que é um blog jornalístico. O blog é uma ferramenta, uma plataforma que eu posso usar de diferentes maneiras, desde para fazer um blog jornalístico quanto para fazer um blog literário. Alguns problemas que se põem na definição estão ligados a determinação do que é jornalismo hoje; a dificuldade não é dizer o que é blog jornalístico, mas definir o que é jornalismo, o que é uma atividade jornalística. E isso vai variar de acordo com cada cultura; no Brasil, por exemplo, só é jornalista hoje (e nos próximos 30 dias) quem tiver um diploma de jornalismo dado por uma escola de jornalismo reconhecida pelo MEC. Hoje, quem é jornalista é quem tem um diploma. Se uma pessoa como o Noblat ou qualquer outro tem um blog jornalístico, mas se ele não tiver diploma não pode considerar o seu blog como jornalístico – mesmo que ele esteja fazendo aquilo de maneira jornalística. Uma vez que a gente determina o que é jornalismo, nós podemos olhar para o blog e dizer “ah, isso é um blog jornalístico, isso não é um blog jornalístico”. Como estas definições sobre o que é jornalismo ou uma atividade jornalística sempre foram problemáticas e continuaram sendo, nós temos uma dificuldade em considerar o que venha a ser um blog jornalístico.

